

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Факультет прикладных коммуникаций

На правах рукописи

Парамонова Анастасия Вячеславовна

**Роль лидеров мнений в формировании имиджа политического деятеля
(на примере доверенных лиц Губернатора Санкт-Петербурга Г.С.
Полтавченко)**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Реклама и связи с общественностью»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
Проф. В.А. Ачкасова
Кафедра связей с общественностью
в политике и
государственном управлении
Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург
2016

Содержание

Введение	3
ГЛАВА 1 Политический имидж и институт доверенных лиц	6
1.1. Механизмы формирования политического имиджа.....	6
1.2 Институт доверенных лиц как инструмент формирования политического имиджа.....	17
ГЛАВА 2. Деятельность доверенных лиц как механизм формирования имиджа ..	29
2.1. Роль, задачи и функции доверенных лиц в процессе формирования имиджа губернатора Г.С. Полтавченко.....	29
2.2. Проблемы функционирования института доверенных лиц губернатора.....	35
Заключение	44
Список использованной литературы.....	46
Приложение 1	51
Приложение 2	55
Приложение 3	58
Приложение 4	59
Приложение 5	61
Приложение 6	62
Приложение 7	67
Приложение 8	74

Введение

Современному российскому обществу необходимы лидеры, способные нейтрализовать негативные социальные процессы, напряженность в социуме, лидеры, ориентированные на достижение гражданских целей во всех сферах общественной жизни. Кроме того, лидеры мнений по существу являются трансляторами целей, ценностных ориентаций и установок для членов любой социальной группы, формируя тем самым имидж компании или человека. Популярность и успешность политических лидеров во многом определяется правильно сформированным политическим имиджем в глазах общества, и немаловажную роль в его формировании играет окружение политика - не только его -служба, но и доверенные лица, что, в свою очередь, позволяет разработать механизмы наиболее эффективного влияния на массовое сознание и, тем самым, обуславливает **актуальность данного исследования.**

Объектом исследования служит коммуникативная деятельность доверенных лиц политика. **Предметом исследования** являются коммуникативные способы и средства, применяемые доверенными лицами в процессе формирования позитивного образа политического деятеля.

Цель исследования – определение роли доверенных лиц и проблем функционирования данного института в ходе создания имиджа политика.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

1. Определить специфику и основные компоненты содержания политического имиджа и механизмов его формирования;
2. описать особенности и специфику деятельности доверенных лиц, их роли в процессе формирования имиджа политика;
3. сопоставить описанные особенности с эмпирическими данными (интервью доверенных лиц) для выявления подлинных функций и влияния

доверенных лиц на формирование положительного имиджа политика;

4. предложить возможные варианты оптимизации имиджа политического лидера на основании проведенного анализа.

В реализации поставленных задач используются следующие методы исследования:

1. Анализ научной, публицистической и методической литературы,
2. метод интервьюирования,
3. метод сравнительного анализа

При разработке теоретической базы для отдельных аспектов привлекались результаты исследований Л. Брауна, Н.В. Витрука, Е.В. Егоровой, В.Г. Зазыкина, В.Н. Коновалова, В.С. Комаровского, Е.И. Манякиной, Е.Н. Новиковой, Д.В. Ольшанского, Г.Г. Почепцова, Р.Ф. Ромашкиной, С. Голдмена, В.Г. Зазыкина, Е.В. Егоровой-Гантман, С.М. Невзорова, О.А. Феофанова, А.А. Гостевой, А.А. Деркач, А.Ю. Панасюка, Е.В. Селезневой, Н.П. Попова, П.С. Гуревича, М.Н. Шашлова, В.М. Шепеля и других, выдержки из Федерального закона от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», Федерального закона от 10 января 2003 г. №19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации», а также данные сайта доверенных лиц президента России Владимира Путина, информационно-аналитического портала Azzeros, интернет-изданий «Делового Петербурга» и «Ведомостей».

Источником эмпирических данных являются материалы интервью, взятые у доверенных лиц губернатора Санкт-Петербурга Г. Полтавченко. Макет интервью был разработан на основе проанализированных теоретических источников по вопросу исследования.

Практическая ценность работы определяется возможностью использования ее данных в ходе предвыборной кампании с целью формирования наиболее выигрышного и позитивного образа политического лидера.

Структура исследования. Работа состоит из введения, двух глав, (теоретической и практической), заключения, библиографии и 8 приложений.

ГЛАВА 1 ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ И ИНСТИТУТ ДОВЕРЕННЫХ ЛИЦ

1.1. Механизмы формирования политического имиджа

В современном мире понятие политического имиджа играет значительную роль и является неотъемлемой частью политической коммуникации. Формирование положительного политического имиджа является одной из главных задач PR-служб. Имидж политического деятеля в настоящее время становится предметом пристального внимания и изучения зарубежных и отечественных ученых и политиков, что подтверждает большое количество публикаций о политическом имидже (С. Голдмен, В.Г.Зазыкин, Е.В.Егорова-Гантман, С.М.Невзоров, О.А.Феофанов, А.А.Гостев, А.А.Деркач, А.Ю.Панасюк, Е.В.Селезнева, Н.П.Попов, П.С.Гуревич, И.Г.Дубов, С.Р.Пантелеев, Г.Г.Почепцов и др.)

Как самостоятельное понятие политический имидж возникло в связи с демократизацией политических процессов в мире. В то же время и в советское время ряд исследователей¹ акцентировали внимание на этом термине, однако, рассматривали понятие “имэдж” как средство психологического воздействия на потребителя в коммерческой сфере. Связи “имэджа”, политики и выборов рассматривались поверхностно - советская политическая система не предполагала использование понятия “имидж” при безальтернативной системе выборов.¹ Только в 1989 году, после получения права реального выбора народных депутатов СССР, активно начали обсуждаться роль СМИ, стратегия и тактика партий, политических объединений на выборах. Именно организация демократических выборов и накопившийся в этой сфере опыт способствовали появлению большого количества

¹ Скуленко М.И., Феофанов О.А. Агрессия лжи. – М., 1987

изданий, посвященных проведению избирательных кампаний.²

Вместе с тем, в большинстве существующих определений рассматриваются только качественные характеристики, описывающие эмоционально окрашенный образ объекта. Обратимся к словарю по политологии В.Н. Коновалова, где политический имидж представляется как образ политического лидера, который складывается в общественном мнении и сознании, оказывая воздействие на авторитет и рейтинг его обладателя. Он может возникать стихийно, без усилий со стороны личности либо при помощи особых средств силами PR-специалистов. По В.Н. Коновалову, политический имидж может существовать в общественном мнении на трех уровнях: рациональном (при воздействии программы, выступления), эмоциональном (насколько можно влиять на психо-эмоциональное состояние общества), чувственном (внешний облик, поведение, манеры).³

Примечательно, что и в работе “Политическое консультирование” имидж описывается как набор качеств, которые общество ассоциирует с определенной индивидуальностью.⁴ А.А. Максимов пишет о том, что имидж политического лидера представляет собой комбинацию следующих составляющих: внешность, должность, профессия, программа кандидата, биография, хобби, манера ведения беседы, комплекс убеждений, намерений, а кроме этого, “легенда” – реальные или выдуманные события из жизни политика, которые создают в общественном сознании более достойный образ, чем у других лидеров. Иными словами, образ политического лидера – это публичная часть его личности, обращенная напрямую к избирателям⁵

Л. Браун в своей книге «Имидж – путь к успеху» отмечает, что в понятие

² А. Ковлера “Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт”, В. Амелина, С. Устименко “Технологии избирательной кампании” и другие). (Шашлов, М. Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования / М. Н. Шашлов // Актуальные проблемы политологии : сборник научных работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов / отв. ред. д.ф.н., проф. В. Д. Зотов. – М. : МАКС-Пресс, 2011. – С. 84–92.)

³ Политология. Словарь. — М: РГУ. В.Н. Коновалов. 2010.

⁴ Политическое консультирование. – М.: Центр Политического консультирования “Никколо М”, 1999. - с. 83-84

⁵ Максимов А.А. “Чистые” и “грязные” технологии выборов: Российский опыт. – М., 1999. - с. 51

имиджа входят качественные внешние характеристики, необходимые для создания положительного образа лидера: внешность, умение держаться, навыки выступления перед аудиторией, поставленный голос, способность грамотно вести диалог.⁶

В.М. Шепель в работе «Секрет личного обаяния» предлагает рассматривать имидж как модель поведения, искусство вхождения в образ, элегантность манер.⁷ Новейший словарь иностранных слов и выражений понятие “имидж” трактует как 1) сумму представлений общества о конкретном человеке, его видимый со стороны психологический, соединенный с внешностью и манерами образ; 2) специально формируемый образ, который создается ради эмоционально-психологического воздействия с целью популяризации и т.д.⁸

Всемирная энциклопедия по философии дает более развернутое толкование термина “имидж” как целостного, качественно определенного образа, устойчивого в массовом и/или индивидуальном сознании. Имидж возникает и корректируется в результате восприятия информации об объекте через призму действующих стереотипов.⁹ Важно отметить, что здесь же дается важное уточнение, что общие характеристики имиджа зависят от особенностей конкретного общества, в котором этот имидж формируется, от его ценностей, норм, традиций, установок и т.п.¹⁰

Кратко рассмотрев понятие имиджа в целом, обратимся к более узкому и интересующему нас определению политического имиджа разными учеными для выявления среди разнообразия толкований специфики и основных компонентов данного термина.

Г. Г. Почепцов рассматривает имидж как коммуникативную единицу, при

⁶ Л. Браун “Имидж – путь к успеху”. - Питер, 2001. - с. 10

⁷ Шепель В.М. “Секрет личного обаяния”. - Феникс, 2005. - с. 7

⁸ Новейший словарь иностранных слов и выражений. М.: ООО “Издательство АСТ”, 202. – С.330

⁹ Всемирная энциклопедия: Философия / глав. науч. ред. и сост. А.А. Грицанов. М.: АСТ, Мн.: Харвест, Современный литератор. 2001. – С. 398

¹⁰ Всемирная энциклопедия: Философия / глав. науч. ред. и сост. А.А. Грицанов. М.: АСТ, Мн.: Харвест, Современный литератор. 2001. – С. 398

помощи которой можно работать с массовым сознанием. Характеристики имиджа отбираются целенаправленно, чтобы преодолевать разнообразные «барьеры» восприятия аудитории. При этом, имиджмейкер стремится отбирать те изначально успешные у аудитории характеристики.¹¹ Г. Г. Почепцов обращает внимание на некоторую неопределенность толкования понятия имиджа, говорит о том, что это гибкое понятие, а любые определения представляют собой жесткие структуры. По Г.Г. Почепцову соединение жестких и мягких структур невозможно, а мягкое определение является бессмысленным, хотя и необходимым в научных и учебно-методических целях.¹²

А.М. Цуладзе дает в своей работе определение имиджа политического лидера как представление о политике, сложившееся у населения в результате длительного воздействия.¹³

М. Н. Шашлов определяет имидж как эмоционально окрашенный психический образ, стереотип, который наделяет объект ассоциативно дополнительными ценностями (социальными, психологическими, эстетическими и т. д.), необязательно являющимися реальными свойствами объекта, но представляющими значимость для воспринимающего такой образ общества.¹⁴

А.А. Калюжный описывает политический имидж как сознательно конструируемый образ, возникающий в результате восприятия внешних и внутренних качеств и характеристик человека. Главными характеристиками политического имиджа являются соответствие ожиданиям и потребностям аудитории, положительная эмоциональная оценка.¹⁵

В. С. Комаровский в своем исследовании пишет о том, что имидж — это

¹¹ Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М.: «Рефл-бук», 2005. : С. 173

¹² Там же.

¹³ Цуладзе А.М. Формирование имиджа политика в России. – М.: НОРМА, 1999. – 11

¹⁴ Шашлов М. Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования // Актуальные проблемы политологии: сборник научных работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов / отв. ред.: д. ф. н., проф. В. Д. Зотов. М.: МАКС Пресс, 2001.: С. 85

¹⁵ Калюжный А.А. Теоретико-методологические особенности исследования имиджа// Вестник Томского государственного педагогического университета. – Вып.2 (53). – 2006. – Сер. Психология – Томск, 2006. – С. 68-75

целенаправленно формируемый образ, оказывающий эмоционально-психологическое воздействие на определенную группу лиц. При взаимодействии лидера с обществом имидж выполняет несколько функций: выделяет явление, создает его отличие от других или отождествляет его с желаемой группой. В. С. Комаровский также акцентирует внимание на том, что на сегодняшний день специалистами используется развернутое определение имиджа, где он определяется как система тотальной коммуникации. Данная тотальная коммуникация состоит из общей и корпоративной философии, их истории, среды обитания, языка, одежды и поведения, принципов идентификации друзей и недругов, символики и т. д. Создание положительного имиджа, по В.С. Комаровскому, – это единство и гармония всех элементов тотальной коммуникации друг с другом и с окружающей средой.¹⁶

По мнению В.Г. Горчаковой, формируемый у аудитории образ включает не только настоящие свойства личности – объект наделяется дополнительными характеристиками, которые важны и значимы для общественности в данный момент времени. Имидж личности связан не только с внешним обликом, но и с психологическими качествами политика.¹⁷

Е. Петрова отмечает, что формирование положительного политического имиджа ведется с учетом менталитета, социальных ожиданий, социального самочувствия электората и социально-событийного фона.¹⁸ Имидж – это связующее звено между аудиторией и политиком. Он соединяет в себе интересы политика и аудитории и пытается уйти от одностороннего давления сверху.¹⁹

Политический имидж в исследовании Е.Н. Богданова, В.Г. Зазыкина описывается как «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер

¹⁶ Комаровский В.С. Государственная Служба и СМИ. – Воронеж. Издательство ВГУ, 2003. С. 98-99

¹⁷ Горчакова В.Г. Имидж личности //Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – №3. – С. 133-138

¹⁸ Петрова Е. Имидж политика //Корпоративная имиджелогия. – 2008. – №1

¹⁹ Шашлов, М. Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования / М. Н. Шашлов // Актуальные проблемы политологии : сборник научных работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов / отв. ред. д.ф.н., проф. В. Д. Зотов. – М. : МАКС-Пресс, 2001. – С. 84–92.

стереотипа эмоционально окрашенный образ конкретного политического лидера или политической организации»²⁰

В классической типологии М. Вебера выделяется три типа политических лидеров:

1. Традиционные лидеры — власть основывается на традиции, не вызывает сомнений.

2. Легальные лидеры — избираются или назначаются на руководящие должности.

3. Харизматические лидеры (власть вождя). Власть опирается не только на реальные, но и на воображаемые качества личности, имеющие иррациональную природу. Когда аудитория убеждается в отсутствии или ослаблении этих качеств, ее интерес к нему пропадает, и он теряет власть.

Другие типологии составляются исследователями на основе различных признаков: авторитарный - демократический стиль управления; консервативный - революционно-реформаторский тип решения проблем. Типы политических лидеров также рассматриваются в зависимости от стиля деятельности политиков: социально-политический, профессионально-организационный, психологический аспекты. В психологическом аспекте можно выделить три основных типа: импульсивный, драматизирующий и беспристрастный. Импульсивному лидеру свойственно жесткое поведение, стремление к четкой организации своих действий. Драматизирующий лидер вызывает эмоциональную поддержку у масс. Беспристрастный лидер пытается действовать объективно, эмоционально находясь “над” ситуацией.²¹

М. Н. Шашлов пишет в своем исследовании о том, что существует два способа создания имиджа. Первый, когда лидер в своей речи может акцентировать внимание на особенностях (интонации Ельцина, акцент М. Горбачева,

²⁰ Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы «паблик рилейшнз». – Калуга: КГПУ им. К.Э. Циолковского, 2001. – С. 35

²¹ Комаровский В.С. Государственная Служба и СМИ. – Воронеж. Издательство ВГУ, 2003. С. 101-102

импульсивность В. Жириновского). Второй, когда политик выбирает для себя роль и соответствующую ей речевую "маску". Выбор осуществляется на базе прогнозирования аудитории, ее ожиданий и представляет собой коммуникативную стратегию. По структуре имидж состоит из ядра (доминанта/архетип) и периферии (факультативные микророли). Ядро может состоять из нескольких ролей: Патриот, Избранник народа, Простой человек и другие. Модель имиджа по Шашлову М. Н. – это “древо”, где ствол – это доминанта имиджа, крупные ветви – сопутствующие доминанте роли, мелкие ветки – факультативные микророли. Крону “древа имиджа” образуют отдельные качества личности: честность, работоспособность, скромность, образованность, порядочность и т.д. К самым ярким и популярным доминантам/архетипам относят следующие:²²

1. Патриот и Державник. Самоподача чаще всего осуществляется эксплицитно: “Я центрист, державник и либерал” (Руцкой). Имплиcitная самоподача опознается по словам-маркерам, воплощающим категории добра и зла. Добро – это “возрождение России”, “служение родине, народу”, “великая востойная Россия”, “держава”, “любовь к Отечеству”, “национальная идея”. Зло опознается по словам-маркерам: “разрушающаяся держава”, “нынешний режим”, “экономический и геополитический крах” (России), “развал страны” и т.д.. Микророли, дополняющие образ Патриота: избранник народа (Слуга народа, Голос народа). Избранник народа при этом должен быть таким, как все, а избиратели фигурируют как “простые люди” (микророль “Простой человек”).

1. Хозяин, или Сильная рука. Открыто выраженная самоподача: “Многие считают меня человеком с диктаторскими замашками. Да, я такой и есть, но не в политике, а в экономике, в хозяйстве” (Лужков). Скрытая самоподача: “Дураков меньше, когда мы тверже управляем делами”, “мы потребовали, пригрозив, что...” (Лужков). Может сопутствовать роль Неополитика – человека, вынужденно

²² Шашлов, М.Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования/ М.Н. Шашлов // Актуальные проблемы политологии : сборник научных работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов/ отв. Ред. д.ф.н., проф. В.Д.Зотов. – М.: МАКС-Пресс, 2001. – С.84-92

вовлеченного в политические игры. Такая позиция позволяет автору отделить себя от зла.

2. Борец за социальную справедливость. Ориентирован на систему нравственных ценностей, на эмоциональную сферу: старики, пенсионеры, малообеспеченные, безработные, многодетные семьи, русские в бывших советских республиках, борьба с мафией и коррупцией. Слова-маркеры: “антимафиозная деятельность”, “злоупотребление властью”, “коммерческие структуры”, “преступная приватизация”, глагол “покончить”.

Дополнительными составляющими имиджа могут быть следующие микророли: Мудрый вождь, Провидец, Военный, Отличный семьянин. Каждая из них придает имиджу достоверность и объемность (одна доминанта не может сделать образ правдивым, необходимы специфические реалистичные штрихи). Политический имидж определяют следующие составляющие:

Индивидуально-личностные черты: исключительность («эксклюзивность»), уверенность в себе и в своем деле, сила.

Социальные черты: позиция «служителя общества», забота о людях, хорошее знание их проблем, стремление улучшать жизнь.

Личностно-энергетические черты: энтузиазм, бодрость, оптимизм, провоцирование положительных эмоций.

Социально-энергетические черты: умение влиять на людей, решительность, энергия, воля, напористость.

Социально-нравственные черты: высокие моральные качества, соответствие «общественному идеалу».²³

В современных американских исследованиях важнейшими считаются следующие характеристики политика: высокий интеллект; большой внутренний потенциал (сила личности, решительность, целеустремленность, энергия и т. д.);

²³ Новикова Екатерина Николаевна Формирование имиджа национального политического лидера России // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2009. №114. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-imidzha-natsionalnogo-politicheskogo-lidera-rossii> (дата обращения: 06.03.2016)

высокие нравственные качества. Отечественные модели акцентируют внимание на трех других факторах: личность (харизма, направленность, интеллект, нравственность, потенциал); отношение (к стране, народу, соратникам, самому себе); поведение и деятельность (лидерское – как в экстремальные моменты, так и в обыденной жизни).²⁴

Тремя составляющими, влияющими на формирование привлекательного имиджа политика, являются:

1. личность политика;
2. то, как его представляют СМИ;
3. исторические события или трудности, с которыми сталкивался политический деятель в данный период времени.

Ниже приведем сводный список необходимых составляющих политического имиджа, сформулированный нами в результате анализа научной литературы:

1. проникновение в образ лидера, принятие его «типажа» (речи, поступков, манеры держаться и т. д.);
 1. инициативность лидера и ее небанальность, ориентация на перспективу, известность;
 2. степень усвоения аудиторией его инициатив; своевременность и неоднократность информирования населения, правдивой оценки последствий инициатив и «цены» реализации;
 3. четкое определение способов поддержки лидера со стороны населения и заинтересованных политических групп; тактичное и умелое использование «чужой» социальной базы;
 4. противостояние другим политическим лидерам и умение быть гибким в тактике, не обострять отношения по непринципиальным вопросам, но и не «прогибаться» в принципиальных вопросах, важных для аудитории и собственной

²⁴ Ольшанский Д. В. Политический PR. СПб.: Питер, 2003. 544 с.с. 294, 295.

политической позиции.²⁵

5. целенаправленность формирования имиджа,
6. включение ценимых аудиторией качеств,
7. соответствие доминирующим социальным ожиданиям (знание социальной структуры общества, интересов, потребностей, социальных ожиданий людей и слоев населения, источников их тревоги, доминирующих настроений, социальных установок и стереотипов),
8. присутствие черт победителя,
9. амбивалентность («добрый, но строгий»),
10. эмоциональная насыщенность (личные черты должны быть яркими),
11. ориентация на мифологическую «потребность» массового сознания (то есть знать, какого героя хотят видеть).
12. присутствие «черт отца», так как отец – гарантия защиты, стабильности,
13. стереотипизированность, направленная на отдельные социальные группы или страны²⁶
14. открытость (видимая доступность): эффективная обратная связь избирателей с лидером,
15. эффективные многочисленные политические коммуникации,
16. окружение,
17. рациональная инновация, неординарное решение. (Политическая психология. Учебное пособие для высшей школы рекомендовано в качестве учебного пособия. Учебно-методическим объединением вузов РФ).²⁷

По мнению Д. Ольшанского, наиболее эффективной сегодня считается следующая схема опорных точек в формировании позитивного имиджа:

²⁵ Амелин В. Н. Многомерная модель политической власти – «Общественные науки и современность», 1991, №4

²⁶ Т. Беляева. Особенности политического имиджа Эрнесто Че Гевары // URL: http://taby27.ru/studentam_aspirantam/image_wse/imidzhelogija_sdacha_rabot/osobennosti-politicheskogo-imidzha-ernesto-che-gevary.html#g4 (дата обращения: 01.03.2016)

²⁷ «Академический Проект» // URL: <http://www.kursach.com/biblio/0005000/000.html> (дата обращения: 07.03.2016)

1. мотивационный анализ – изучение глубинной психологии потребления;

1. психоавтоматика – динамика стереотипов подсознания аудитории;

2. хромология – наука о психоэмоциональном влиянии разных цветов; приемы «силового видеомонтажа» и поиска сублимального звукоряда;

3. геометролия – психология неосознаваемых реакций на форму;

4. мифопроектирование структуры и динамики архетипов коллективного бессознательного.

Данная схема построена на принудительном изменении сознания аудитории: надо воздействовать на стереотипы подсознания с помощью психофизических инструментов, определяющих характер восприятия цвета, картинки, звука и формы.²⁸

Разработка имиджевой стратегии сводится к определению основных факторов, которые делают имидж политика действенным. Имидж должен формировать следующее мнение о политике:

1. удовлетворять информационные потребности избирателей;

1. выполнять оценочную функцию – давать в глазах людей систему ценностей;

2. осуществлять познавательную функцию – задавать некоторую «картину мира»;

3. в сложных ситуациях решать психотерапевтические задачи – содействовать снятию страхов и минимизации тревожности.²⁹

Одной из технологий создания имиджа является перфоманс. Перфоманс, по Г.Г. Почепцову, – это деятельность, создаваемая индивидуумом или группой в присутствии и для аудитории. При этом центральным понятием Г.Г. Почепцов

²⁸ Ольшанский, Д. В. Политический PR / Д. В. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2003., с. 330–331

²⁹ Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2006., с. 290

видит моделирование поведения аудитории в различных видах перформанса.³⁰

По мнению Е.Н. Никоновой, важную роль в создании позитивного имиджа также играет невербальная коммуникация и имиджевая легенда. Невербальная коммуникация – это несловесные характеристики (тембр, тон), движения, позы (прическа, внешность, костюм). Имиджевая легенда – это искусственно созданное символическое пространство, в котором аудитория сама выстраивает имидж политика.³¹

Таким образом, формирование имиджа политического лидера – это сложный, многокомпонентный механизм, в котором каждая деталь создаваемого образа становится действительно значимой. Механизм формирования имиджа начинается с выделения ядерной доминанты или архетипа, соответствующего характеру и образу жизни политика, а также востребованного массовым сознанием в данное время. Далее на выбранный архетип накладываются линия поведения, речь и поступки политического лидера, удачная имиджевая легенда, продуманные перформансы и прорабатывается окружение политика. Завершает позитивный образ лидера внешний вид. Данная схема позволяет создать имидж политика, способный оказать влияние на мировоззрение аудитории и, как следствие, создать благодатную почву для управления аудиторией.

1.2 Институт доверенных лиц как инструмент формирования политического имиджа

Одним из важных компонентов формирования позитивного образа политического лидера, рассмотренных нами в предыдущем параграфе, выступает окружение политика. Помимо рабочей группы в данное окружение входят доверенные лица лидера.

³⁰ Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – М. :Рефл-бук, 2005., с. 218

³¹ Новикова, Е. Н. Технологии и механизмы формирования имиджа политического лидера / Е. Н. Новикова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2009. – № 2 (10). – С. 19–25

В законодательстве РФ отсутствуют закрепленные права, свободы, законные интересы и обязанности доверенных лиц уже избранного на пост кандидата, поэтому невозможно провести правовой анализ статуса данных лиц. Можно говорить только об их социальном статусе – положении индивида в общества, соотносимом с положением других индивидов. Социальные статусы предполагают наличие у их обладателей ряда прав и обязанностей, являющихся механизмами влияния на общественные отношения и процессы.³²

Правовой статус доверенных лиц кандидатов на пост Президента Российской Федерации в современном законодательстве определен нормами Федерального закона от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».

Согласно статье 43 о статусе доверенных лиц Законодательства РФ о выборах и референдумах кандидат может назначить доверенных лиц по своему письменному заявлению и письменному согласию самого гражданина быть доверенным лицом. Доверенные лица осуществляют агитационную деятельность в пользу назначившего их кандидата. Доверенное лицо не имеет полномочий наблюдателя. На период полномочий доверенного лица работодатель должен предоставлять доверенным лицам по их просьбе неоплачиваемый отпуск. Кандидаты, избирательные объединения, назначившие доверенных лиц, вправе в любое время отозвать их. Доверенные лица могут сложить свои полномочия по собственной инициативе, сообщив об этом кандидату. Число доверенных лиц кандидата, избирательного объединения устанавливается законом (при выборах депутатов Государственной Думы политическая партия, выдвинувшая федеральный список кандидатов, вправе назначить до 1000 доверенных лиц, кандидат в Президенты Российской Федерации – до 600 доверенных лиц). Полномочия доверенных лиц прекращаются по решению кандидата,

³²Витрук, Н.В. Общая теория правового положения личности. М.: Норма, 2008. С. 32–48

избирательного объединения, аннулирования регистрации в случае приобретения им статуса, несовместимого со статусом доверенного лица, добровольного сложения полномочий доверенного лица либо вместе с утратой статуса назначившим их кандидатом. (ч. 6 ст. 43 Федерального закона «О выборах Президента Российской Федерации») ³³

Доверенные лица имеют право:

- присутствовать на всех заседаниях зарегистрировавшей их либо вышестоящей комиссии, при подсчете голосов избирателей, участников референдума, при осуществлении участковой, территориальной комиссиями работы со списками избирателей, с бюллетенями, открепительными удостоверениями, протоколами об итогах голосования;
- на доступ в помещение участковой комиссии, сформированной на избирательном участке;
- удостоверять полномочия наблюдателей;
- могут присутствовать в полиграфической организации при передаче и выбраковке бюллетеней для голосования и подписывать акты о данных действиях, они также могут присутствовать в соответствующих комиссиях при погашении неиспользованных бюллетеней;
- получить после подписания копию протокола об итогах голосования;
- быть одновременно доверенным лицом нескольких кандидатов, но если агитационная деятельность осуществляется методами, требующими материальных затрат, доверенное лицо может проводить агитацию только в пользу только того назначившего его кандидата, который создал избирательный фонд, из средств которого производится оплата затрат на проведение агитации.

Требованиями, выдвигаемыми к кандидатам в доверенные лица, являются:

- наличие гражданства Российской Федерации,
- достижение возраста 18 лет,

³³ <http://доверенныелица.пф>, <http://putin.kremlin.ru>, <http://kremlin.ru> (дата обращения: 10.03.2016)

- запрет на замещение государственных или выборных муниципальных должностей, главы местных администраций, работники аппаратов избирательных комиссий (только при условии освобождения от исполнения служебных обязанностей на весь период осуществления полномочий доверенного лица).

Как правило, кандидаты назначают доверенными лицами общеизвестных персон в областях культуры, спорта, здравоохранения, науки и т.д. В список доверенных лиц могут входить известные личности на уровне своих регионов, учителя, врачи, руководители вузов. По мнению В.В. Путина, доверенные лица – это люди разных взглядов, в том числе и политических, что хорошо, потому что дает возможность посмотреть на проблемы с разных сторон.³⁴ Степень доверия определяется самим политическим лидером – Владимир Путин, Михаил Прохоров осуществляли теледебаты при участии своих доверенных лиц, освободив себя тем самым от персонального присутствия на них.

Таким образом, институт доверенных лиц кандидатов можно охарактеризовать:

1. временными рамками (периодом предвыборной кампании),
1. четко выраженной целевой деятельностью (осуществление агитации в пользу кандидатов),
2. документальным основанием данной деятельности (удостоверение, выдаваемое Центральной избирательной комиссией).³⁵

10 декабря 2012 года произошла встреча Президента Владимира Путина и его доверенных лиц, на которой было принято решение сохранить институт доверенных лиц как постоянно действующий канал обратной связи с обществом в течение всего срока полномочий президента. По мнению главы государства, «это возможность и мне, и вам посмотреть, что же делается, что реально происходит в стране, чего мы добиваемся, каких результатов, а что не удастся и почему», –

³⁴ В.В. Путин. URL: <http://doverennielitsa.ru> (дата обращения: 25.03.2016)

³⁵ Попова О. О. К вопросу о статусе доверенных лиц Президента Российской Федерации // Ленинградский юридический журнал . 2013. №4 (34). С.190 (дата обращения: 25.03.2016)

отметил глава государства.

Для поддержки инициатив и проектов Владимира Путина был создан специальный сайт, посвященный деятельности доверенных лиц. Сайт доверенных лиц президента России Владимира Путина – это не база данных. Данный портал призван стать площадкой для взаимодействия активных и авторитетных людей, их общения не только друг с другом, но и со всеми жителями России, которым небезразлична деятельность президента РФ и его сторонников, “постоянно, ежедневно ... воздействовать на идущие в стране процессы, вникать в насущные проблемы, с которыми сталкиваются сограждане, поднимать вопросы, о которых другие побоятся говорить, настаивать и влиять на принятие решений властями всех уровней”. На сайте оформлено разделение доверенных лиц по регионам и сферам деятельности для удобства поиска.

В статье информационно-аналитического портала Azzeros, посвященной институту доверенных лиц Владимира Путина, приводятся слова Вячеслава Володина, который считает, что доверенные лица – это основной коммуникатор между политиком и обществом, поэтому президент принял решение сделать эти коммуникации стабильными. По мнению Володина, это необходимо для того, чтобы президент мог информировать своих доверенных лиц о том, какие решения он принимает, и получать в ответ информацию от людей. "Крайне важно, чтобы на этих встречах вы получали наиболее объективную информацию о работе органов власти, о решениях президента и о реализации задач, которые ставились в ходе предвыборной кампании", - подчеркнул первый замглавы кремлевской администрации, обращаясь к доверенным лицам Путина. В свою очередь, пресс-секретарь президента Дмитрий Песков обозначил одну из главных функций доверенных лиц как конструктивную критику действующей власти.³⁶

Комментируя в той же статье итоги встречи Владимира Путина со своими

³⁶ Кругликов В. Будут ли доверенные лица лоббистами Путина?// URL: <http://azerros.ru/maintheme/8415-budut-li-doverennye-lica-lobbistami-putina.html> (дата обращения: 29.03.2016)

доверенными лицами, Алексей Мухин, генеральный директор Центра политической информации, отмечает, что формат доверенных лиц - это рабочий инструмент для главы государства. Он считает, что на данном этапе институт доверенных лиц будет способствовать эффективной реализации проекта Общероссийского народного фронта и что посредством сохранения института доверенных лиц Кремль намерен создать альтернативные механизмы воздействия общественного мнения на властные вертикали. Михаил Ремизов, президент Института Национальной стратегии, выделяет главную задачу деятельности доверенных лиц: “обеспечить функцию обратной связи и контроля”. По его мнению, доверенные лица должны сообщать президенту об актуальных проблемах российского общества и предлагать пути их решения.

Если обратиться к словам В.Афанасьева, продюсера ТВ и РВ программ ФГУП ГТРК ВГТРК «Южный Урал», доверенного лица Владимира Путина, то идея работы доверенного лица заключается, с одной стороны, в изложении голоса сограждан в диалоге с политическим лидером и, с другой стороны, в донесении позиции лидера до граждан РФ. «Однако есть коренное отличие доверенного лица от депутата или представителя власти – у него нет, например, права подписи или депутатской неприкосновенности, такая форма публичной работы – в регионах, через региональные СМИ, в диалоге с народом о региональных проблемах, но с позиции Федерации – сделает работу доверенных лиц максимально эффективной. такая работа должна быть системной и унифицированной для всей страны. Реализуя этот проект, мы сможем создать новый, необычный для России публичный институт власти, доверие к которому будет строиться не на вельможности и всесильности его лидеров, а на конкретных людях и делах в регионах. эффективность работы доверенного лица зависит лишь от его публичности. Ваш голос, ваша позиция (то есть, по сути, позиция Президента) должны быть услышаны максимальным числом ваших земляков, и инструмента, эффективнее СМИ, для этого еще не придумано”. Институт доверенных лиц

избранного кандидата представляет собой новый социальный институт:

1. является постоянно действующим,

1. цели деятельности доверенных лиц выходят за рамки агитационных.

Как было обозначено В. В. Путиным в выступлении 10 декабря 2012 г., доверенные лица несут солидарную с ним ответственность за те задачи, которые были сформулированы на ближайшую, среднесрочную либо на стратегическую перспективу для России. Официальный сайт Президента России. URL:<http://президент.рф/news/17108>. Следовательно, доверенные лица активно участвуют в реализации полномочий избранного кандидата, а также выступают коммуникационным посредником между ним и обществом;

2. деятельность доверенные лица осуществляют на общественных началах, т. е. в отсутствие каких-либо документов, подтверждающих их полномочия. По словам В. В. Путина, такое положение вещей необходимо в целях предотвращения бюрократизации института доверенных лиц. Следуя примеру главы государства, Георгий Полтавченко во время своей избирательной компании также организовал институт доверенных лиц, в который вошло более 400 лиц, что на порядок превышает количество доверенных лиц других кандидатов (от кандидата Партии зеленых Тахира Бикбаева, по данным «Интерфакса», были зарегистрированы 30 доверенных лиц. Представитель кандидата от партии «Родина» Андрея Петрова сообщил, что на момент избирательной кампании в избирком подан список из 25 доверенных лиц).

Список доверенных лиц охватывает практически все самые крупные электоральные категории: студентов, бюджетников (через профсоюзы), сотрудников городских предприятий. Георгий Полтавченко публично не обнародовал список доверенных лиц, однако предоставил информацию изданию «Деловой Петербург». Весь список можно условно разделить на блоки по отраслевым признакам:

- руководители петербургских вузов и колледжей. Многие вузы

представлены самими ректорами или президентами – Санкт-Петербургский государственный горный университет, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербургский государственный университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербургский государственный технологический университет, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, Российский государственный педагогический университет им.Герцена, Санкт-Петербургский государственный университет путей сообщения, Санкт-Петербургский государственный институт культуры;

- руководители профсоюзов (главы профсоюзов работников ЖКХ, работников автотранспорта и дорожного хозяйства, железнодорожников и транспортных строителей на ОЖД, работников РАН, работников торговли, судостроения, оборонной промышленности, культуры, здравоохранения, профсоюза гражданского персонала ВС РФ ЗапВО, руководитель ЛФП, председатель объединения "Соцпроф" и лидер "Трудовой партии");

- главные врачи (главврачи городских поликлиник №№ 37, 122, 37, 40, детских горбольниц №№ 1 и 19, роддома №1), директора нескольких дворцов культуры, а также БКЗ "Октябрьский" и "Дворца спорта", начальники петербургских ГУПов - "Водоканал Санкт-Петербурга", "Петербургский метрополитен", "Ленгипроинжпроект", "Горэлектротранс", Октябрьская железная дорога, начальники городских Пенсионного фонда и Фонда ОМС;

- лидеры национальных организаций и автономий - армянской, азербайджанской, грузинской, татарской, а также представители различных конфессий: настоятель буддистского храма Буда Бадмаев, глава еврейской общины Марк Грубарг, муфтий Соборной мечети Равиль Панчеев, епископ евангельско-лютеранской церкви Ингрии Арри Кугаппи и первый пресвитер церкви

Евангельских Христиан. Епархию РПЦ представляет настоятель Свято-Троицкого Измайловского собора Геннадий Бартов;

- деятели культуры (директора несколько театров (им. Ленсовета, ТЮЗа, Театра антрепризы им.Миронова), худрук джазовой филармонии Давид Голощекин, Михаил Боярский, Ирина Богачева, директора музеев - ГМЗ "Павловск" и "Петергоф", музея истории Петербурга, Военно-морского музея). Спорт представляют футболист Вячеслав Малафеев, альпинист Александр Глушковский, ветераны Тамара Москвина, Алексей Дитятин, руководители спортивных школ, организаций ветеранов и блокадников;

- бизнесмены (составляют подавляющее большинство фигурантов списка).³⁷

“Доверенные лица очень тщательно подбирались, всех их утверждал сам Георгий Сергеевич, большинству из них он звонил, лично беседовал, цитирует «Интерфакс» руководителя избирательного штаба Полтавченко Виктора Лобко”.

Политолог Александр Конфисахор считает, что Георгию Полтавченко такое количество доверенных лиц нужно, как доказательство широкой поддержки. По его мнению, институт доверенных лиц потерял смысл, потому что раньше они представляли кандидата на дебатах, а сейчас выполняют только декоративную функцию. Другим кандидатам доверенные лица, по словам политолога, практически не нужны, так как их наличие или отсутствие никак не повлияет на результат. С другой стороны, невозможно сбрасывать со счетов опыт работы доверенных лиц Владимира Путина: они успешно разъясняли избирателям России, как Владимир Путин собирается реализовать свою предвыборную программу. И, выступив в качестве лоббистов Путина, его доверенные лица смогли увеличить

³⁷. Шевчук М. Кому доверяет Полтавченко. Деловой Петербург// URL: <http://www.dp.ru/103d1m> (дата обращения: 29.03.2016)

число его сторонников и расширить его социальную базу.³⁸

Несомненно, штаб Георгия Полтавченко учитывал данные результаты при создании списка доверенных лиц и проработке положительного имиджа политического лидера.

По подбору доверенных лиц можно сделать выводы о том, как строится работа избирательной кампании Георгия Полтавченко. Здесь используется классический метод привлечения избирателей на выборы посредством собрания трудовых коллективов и агитации “сверху” руководителями.

Таким образом, доверенные лица занимают специфическое положение в обществе, предполагающее наличие ряда прав и обязанностей, выступающих в качестве механизмов влияния на общественные отношения и мнение избирателей. Конкретные персоналии, входящие в список доверенных лиц, их социальный статус, значимость в обществе, а также статус доверенных лиц позволяет им эффективно реализовывать функцию по обеспечению исполнения предвыборной программы кандидата, а также по осуществлению коммуникационного посредничества между кандидатом и обществом, как посредством разъяснения политики лидера, так и доведения до его сведения конструктивной критики. Это, в свою очередь, используется кандидатом и его окружением как один из важных инструментов формирования.

Выводы главы 1

Актуальность темы политического имиджа возникла в период формирования демократических институтов, проблема построения идеальных образов и внедрения их в массовое сознание приобрела решающее значение. “Имидж в концентрированной форме задает суть человека или организации. На основании

³⁸ Мария Буравцева, Валерия Лебедева. У кандидата в губернаторы Петербурга Георгия Полтавченко более 400 доверенных лиц // URL: <http://www.vedomosti.ru/politics/articles/2014/07/29/v-pomosch-poltavchenko> (дата обращения: 01.04.2016)

проведенного анализа исследований, посвященных имиджу политических деятелей, беря во внимание все разнообразие дефиниций, можно определить имидж как собирательное понятие, качественную характеристику объекта, с помощью которой вырабатывается отношение аудитории или целевых групп к объекту и всему, что с ним связано. Политический имидж – это сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ конкретного политического лидера или политической организации.

Определяющие черты имиджа (индивидуально-личностные, социальные, личностно-энергетические, социально-энергетические) являются основой для стереотипизации имиджа в сознании людей. Политический имидж формируется с учетом многих факторов: личностных особенностей, общественного мнения, основанного на коллективном опыте и воздействии СМИ. Механизм формирования политического имиджа, который помогает обществу воспринимать политика как настоящего лидера, способного справиться с существующими проблемами, складывается из нескольких этапов, среди которых ключевыми являются выделение ядерной доминанты, выбор линия поведения, определение рече-поведенческих тактик, создание имиджевой легенды и внешнего образа, организация перформансов и, безусловно, окружения политика.

Харизма, известность, общественные значимость и статус выбираемых политическим лидером доверенных лиц определяет имидж политика не меньше остальных составляющих. Организация авторитетного института доверенных лиц – это залог не только успешной агитационной деятельности и позитивного влияния на мнение и отношение избирателей, но и положительного взаимодействия общества и политического лидера.

Институт доверенных лиц политического лидера открывает перспективные возможности для коммуникативного посредничества и обратной связи с обществом, формирует основу позитивного политического имиджа наряду с другими компонентами и эффективно расширяет возможности политической

коммуникации.

ГЛАВА 2. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ДОВЕРЕННЫХ ЛИЦ КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА

2.1. Роль, задачи и функции доверенных лиц в процессе формирования имиджа губернатора Г.С. Полтавченко.

В первой главе данного исследования нами был проведен теоретический анализ научного материала по теме работы, были описаны понятие политического имиджа и механизмы его формирования, статус и роль деятельности доверенных лиц в процессе формирования имиджа политика. Для достижения поставленной в работе цели нам также было необходимо получить эмпирические данные – в первую очередь, провести сравнительный анализ деятельности, роли и функций доверенных лиц Президента РФ и губернатора Санкт-Петербурга для выявления сходств и различий выбранных категорий. Данный анализ проводился нами на основе теоретических источников, а также материалов интернет-изданий, СМИ, законодательной базы РФ, официальных интернет-источников действующего Президента РФ.³⁹

Сравнительный анализ деятельности, роли и функций доверенных лиц Президента РФ и губернатора Санкт-Петербурга показал следующие результаты.

Статус доверенных лиц кандидата на пост Президента РФ и кандидата на пост губернатора с юридической точки зрения по Законодательству РФ не имеет отличий: доверенные лица осуществляют агитационную деятельность в пользу кандидата, присутствуют на заседаниях комиссии при подсчете голосов избирателей, имеют доступ в помещение участковой комиссии, удостоверяют полномочия наблюдателей, получают после подписания копию протокола об итогах голосования.

Требования к доверенным лицам кандидатов на пост Президента РФ и

³⁹ <http://доверенныелица.рф>, <http://putin.kremlin.ru>, <http://kremlin.ru> (дата обращения: 15.03.2016)

губернатора (в нашем случае - Санкт-Петербурга) также полностью совпадают: гражданство РФ, возраст – от 18 лет, запрещено замещение государственных или выборных муниципальных должностей.⁴⁰ Главное отличие, касающееся института доверенных лиц кандидата на пост Президента РФ и кандидата на пост губернатора Санкт-Петербурга, заключается в количестве доверенных лиц, допустимых для кандидатов. Юридически зафиксировано количество доверенных лиц, которое может назначить кандидат в губернаторы. В отличие от установленных законом 600 допустимых доверенных лиц кандидата в Президенты РФ, а также 1000 доверенных лиц для политической партии при выборах депутатов Государственной Думы, число доверенных лиц кандидата на пост губернатора не может превышать 280 человек.⁴¹ Данное количественное отличие служит лишь доказательством того факта, что статус кандидата на пост губернатора пропорционально ниже статуса кандидата на пост Президента РФ, масштаб деятельности кандидата на пост губернатора намного уже глобальной сферы деятельности кандидата на пост Президента (масштаб страны) и, соответственно, агитационная программа не требует привлечения такого количества доверенных лиц.

Тем не менее, анализ источников по предмету исследования дает нам следующую статистику: Г.С. Полтавченко назначил своими доверенными лицами в период предвыборной компании более 400 человек (в отличие от 30, 20, 15 доверенных лиц своих конкурентов), что противоречит закону, но, тем не менее, не было подвергнуто критике или пересмотру со стороны Санкт-Петербургской избирательной комиссии. Столь лояльное отношение к привлечению доверенных лиц сверх допустимого лимита свидетельствует о несоблюдении строгих правил, установленных законом, послаблении инкубенту¹ на пост губернатора.

⁴⁰ О статусе доверенных лиц. Законодательство РФ о выборах и референдумах. // URL: http://cikrf.ru/law/federal_law/comment/st43/html (дата обращения: 10.04.2016)

⁴¹ О выборах высшего должностного лица Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]: закон от 26.06.2012 № 341-60 // URL: [http://newbla.nablawiki.ru/index.php/НПА:О_выборах_высшего_должностного_лица_Санкт-Петербурга_—_Губернатора_Санкт-Петербурга_\(закон_от_26.06.2012_№_341–60\):_Статья_30](http://newbla.nablawiki.ru/index.php/НПА:О_выборах_высшего_должностного_лица_Санкт-Петербурга_—_Губернатора_Санкт-Петербурга_(закон_от_26.06.2012_№_341–60):_Статья_30) (дата обращения: 10.04.2016)

Возможно, данное послабление касается только персоны Г. Полтавченко. Данное предположение доказать или опровергнуть полностью невозможно.

Столь большое количество доверенных лиц, превышающее допустимые нормы, назначенное Г. Полтавченко, может свидетельствовать об ответственном отношении кандидата к роли и функциям доверенных лиц, к возможной силе убеждения и влияния известных и высокопоставленных личностей в разных сферах жизни на мнение аудитории. При этом нельзя исключать выдвигаемую политологами позицию о том, что малоизвестный своими действиями и персоналией кандидат может преобразиться в глазах избирателей, создав вокруг себя широкий круг из правильно подобранных харизматичных и известных личностей.⁴²

Кроме этого, на примере предвыборной кампании В.В. Путина можно говорить о том, что институт доверенных лиц будет способствовать успешному разъяснению аудитории путей реализации предвыборной программы кандидата, благодаря своей близости к избирателю через сферу деятельности (культура, спорт, наука, медицина и т.д.).

В остальном институт доверенных лиц кандидатов на пост Президента РФ и кандидатов на пост губернатора можно охарактеризовать одинаково (в первую очередь, ввиду отсутствия значительного количества информации об институте доверенных лиц губернатора):

1.действия доверенных лиц регламентированы по времени рамками предвыборной кампании,

2.деятельность доверенных лиц описывается, прежде всего, как агитация в пользу кандидата,

3.документальным основанием статуса доверенного лица является

⁴² У кандидата в губернаторы Петербурга Георгия Полтавченко более 400 доверенных лиц // URL: <http://www.vedomosti.ru/politics/articles/2014/07/29/v-pomosch-poltavchenko> (дата обращения: 01.04.1016)

удостоверение Центральной избирательной комиссией.

Несмотря на официально схожие характеристики институтов доверенных лиц кандидата на пост Президента РФ и кандидата на пост губернатора, нельзя не обратить внимание на то, что уровень медийности, популярности и надежности кандидата играет очень большую роль в формировании статуса и деятельности его доверенных лиц.

Несомненно, привлечение известных персон на роль доверенных лиц положительно отражается на образе политика – за него голосуют лидеры социальных групп, следовательно, доверяет и общество в целом. Но, если персона политика в значительной степени закрыта для общества, как в случае с Г.С. Полтавченко, то функции доверенных лиц могут видоизмениться и расшириться: доверенным лицам нужно не столько агитировать за кандидатуру, создавая тем самым положительный имидж политика, сколько доносить до общества, кем является кандидат, каковы его сильные стороны и положительные качества, чем он живет и занимается, почему его надо предпочесть иным кандидатам. Данная информация нужна избирателям, поскольку ранее она была по различным причинам им недоступна и у аудитории отсутствовал сколько-либо определенный образ и мнение о кандидате. Иными словами, в этой ситуации функция доверенных лиц трансформируется из чисто агитационной в действительно формирующую образ политического лидера, так как подчас именно эти лица являются единственным (а, возможно, и наиболее авторитетным и достоверным) источником информации о кандидате.

В связи с этим значительно возрастает роль и влияние института доверенных лиц в формировании имиджа Г. С. Полтавченко: им необходимо выстроить в сознании избирателя привлекательный образ, порой «с нуля», а затем уже привлечь на сторону политика общественность, благодаря сформированному имиджу. Соответственно, доверенными лицами со столь расширенными функциями могут выступать персоны с определенным набором качеств –

харизматичностью, авторитетностью, коммуникабельностью, умением вести диалог и убеждать и т.д. Кроме этого, возрастает необходимость в большем количестве доверенных лиц, чем у других, более открытых и медийных кандидатах. Охват аудитории в самых различных сферах деятельности, а также самых крупных электоральных групп в данной ситуации дает наиболее положительный результат.

Вероятно, именно такое понимание значимости статуса доверенных лиц повлияло на количество вовлеченных в предвыборную кампанию персон – более 400 человек.

Если обратиться к сравнительному анализу института доверенных лиц кандидата и избранного кандидата, то здесь мы обнаружим еще более возрастающую роль и влияние доверенных лиц.

Как было отмечено выше, институт доверенных лиц – это временная структура, созданная для привлечения внимания и создания симпатии к персоне кандидата. Доверенные лица действующего Президента В.В. Путина – это совершенно иное образование, так называемый рабочий инструмент обратной связи с избирателями, контроля и мониторинга исполнения предвыборных обещаний, а также запросов населения. Это попытка систематической реализации предвыборной программы в интерактивном режиме с представителями социальных групп, когда проводниками нужд и желаний общества становятся доверенные лица.

Главное отличие такого института доверенных лиц от доверенных лиц кандидата - в отсутствии законодательно закрепленных их прав и обязанностей. Речь ведется только об их социальном статусе, при помощи которого доверенные лица могут влиять на общество и его мнение.

Преимущества института доверенных лиц избранного кандидата неоспоримы: деятельность доверенных лиц не является агитационной, а несет в себе сопричастность действиям избранного кандидата и реализации его

предвыборных обещаний, дает обратную связь с аудиторией; кроме этого институт становится постоянно действующим, хотя и сохраняет статус общественной организации, не закреплённой юридически.

Нельзя не отметить, что переход института доверенных лиц кандидата в институт доверенных лиц избранного кандидата повышает лояльность как общества, так и самих доверенных лиц. Ощущение общественной значимости и способности изменить что-либо в лучшую сторону, а также донести до избранного кандидата позицию аудитории усиливает позицию доверенных лиц и меняет их статус агитаторов, создает достаточно доверительное отношение к политику и его деятельности. И, соответственно, исключительно положительно влияет на укрепление власти и авторитета избранного кандидата.

Следуя примеру В.В. Путина, Г.С. Полтавченко следовало оставить институт доверенных лиц как общественную организацию при своем действующем аппарате после избрания на пост губернатора Санкт-Петербурга для закрепления позитивного образа политического деятеля. Это явилось бы дополнительным, но, тем не менее, веским доказательством серьезности планов и предвыборных обещаний Г.С. Полтавченко, и, следовательно, послужило бы еще одним механизмом поддержания положительно имиджа в глазах общественности. Несмотря на столь серьезные основания для сохранения института доверенных лиц, он прекратил свою деятельность после избрания Г.С. Полтавченко на пост губернатора.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для медийно «закрытых» и непубличных персон, какой и является Г.С. Полтавченко, роль, задачи и функции доверенных лиц расширяются, претерпевают изменения и становятся из исключительно агитационных формирующими образ политика в глазах общественности. На плечи доверенных лиц в данном случае ложится более высокая ответственность в области создания привлекательного образа политика. Сохранение института доверенных лиц на правах общественной организации при

избранном кандидате также способствует формированию положительного имиджа и лояльного отношения аудитории.

2.2. Проблемы функционирования института доверенных лиц губернатора.

После проведения сравнительного анализа деятельности, роли и функций доверенных лиц Президента РФ и губернатора Санкт-Петербурга следующим важным шагом на пути к достижению поставленной цели выявления проблем функционирования института доверенных лиц и путей их решения являлся анализ функционирования института доверенных лиц на основе полученных нами эмпирических данных. Источником эмпирических данных послужили материалы интервью, взятые у доверенных лиц губернатора Санкт-Петербурга Г. Полтавченко.

Первая проблема, с которой пришлось столкнуться при подготовке интервью – это недоступность полного списка доверенных лиц Г. Полтавченко. В отличие от сайта доверенных лиц Президента РФ В.В. Путина, информация о 400 доверенных лицах Г. Полтавченко отсутствует в открытом доступе. Это, в принципе, противоречит статусу доверенных лиц – лидеров общественного мнения, которые должны быть открыты и доступны для аудитории.

Макет интервью был разработан на основе проанализированных теоретических источников по вопросу исследования. Материалы были предоставлены четырем респондентам.

Респонденты 1 и 2 отказались отвечать на вопросы интервью, мотивировав это тем, что никогда не являлись доверенными лицами Г. Полтавченко. Между тем, из официального источника (пресс-секретарь Г. Полтавченко, а также опубликованные изданием “Деловой Петербург” выдержки из официального списка доверенных лиц) была получена достоверная информация, что данные

персоны являлись официальными доверенными лицами Г. Полтавченко.

Подобная закрытая позиция доверенных лиц Г. Полтавченко может свидетельствовать о следующих проблемах:

- некорректном или неполном информировании выбранных на должность доверенных лиц персон об их роли и функции относительно их агитационной деятельности, и, как результат их неготовности общаться по этому вопросу;

- нежелании персон афишировать факт причастности к институту доверенных лиц Г. Полтавченко, что также противоречит смыслу выдвижения персоны на должность доверенного лица. В этом случае, нами выдвигается версия возможного принудительного участия персон в деятельности института доверенных лиц, а также версия “неоправданных ожиданий” – деятельность Г.С. Полтавченко на взгляд доверенных лиц не соответствует заявленной предвыборной программе/не оправдывает из ожиданий. Возможно, это повлекло за собой отказ респондентов от интервью. Данные версии доказать не предоставляется возможным, они носят гипотетический характер.

Респонденты 3 и 4 ответили на все вопросы интервью (см. Приложения 1,2). Более того, респондентом 3 были предоставлены материалы, предназначенные для доверенных лиц во время проведения агитационной работы:

форма отчета о проведенном агитационном мероприятии;

памятка по раздаче агитационных материалов, где прописаны права доверенных лиц, приводится определение предвыборной агитации, ее виды и способы проведения;

форма графика проведения агитационных публичных мероприятий;

памятка доверенным лицам, где подробно, со ссылками на законодательную базу РФ, дается определение доверенных лиц, их статуса, описываются их права и обязанности, полномочия, ограничения, запреты, приводятся определение предвыборной агитации, ее виды и способы проведения;

информационный бюллетень о предвыборной кампании Г. Полтавченко, его программе и обещаниях, деятельности до выборов, проделанной работе, опыте и успехах для озвучивания на агитационном собрании;

информационный бюллетень “Наука и профессиональное образование Санкт-Петербурга: состояние и итоги работы в 2012-2014 годах” о системе высшего образования, достижениях, инновациях и планах на будущее.

Все предоставленные документы помещены в Приложение (3-8).

Открытая позиция респондентов 3 и 4 свидетельствует о правильном понимании своего статуса и роли в качестве доверенного лица и готовности сотрудничать, несмотря на завершение деятельности доверенных лиц .

Все сопутствующие материалы, переданные нам респондентами, досконально разработаны, информация дана полная. Ввиду этого гипотезу некорректного информирования доверенных лиц об их обязанностях и функциях можно считать неподтвердившейся.

По итогам интервью респондентов 3 и 4 можно сделать следующие выводы:

1.Респонденты ранее не участвовали в каких-либо политических проектах и кампаниях. Их деятельность связана с образованием и общением со студентами (респондент 3 – председатель студенческого совета при правительстве Санкт-Петербурга, респондент 4 - начальник Управления по внеучебной и воспитательной работе Санкт-Петербургского государственного экономического университета). Более того, респонденты ответили, что до предвыборной кампании Г. Полтавченко вообще ничего не знали о деятельности доверенных лиц, их роли и функциях.

2.Оба респондента обозначают свою позицию, как “вне политики”, но отмечают, что, с точки зрения института доверенных лиц, являлись проводником информации о политических выборах для студенческой молодежи: их первоочередная задача заключалась не в проведении агитации за Г. Полтавченко, а в призыве к молодежи быть граждански активной, объяснении того, почему так

важно прийти на выборы и отдать свой голос за кандидата.

3. Оба респондента ответили, что на данный момент их полномочия закончились, и по вопросу возобновления деятельности или поддержания контакта губернатора с аудиторией никто из аппарата Г. Полтавченко в них не обращался.

4. Оба респондента дали согласие на участие в предвыборной кампании, потому что симпатизировали Г. Полтавченко как кандидату в губернаторы.

5. Оба респондента активно участвовали в предвыборной кампании, организовывали встречи с избирателями для того, чтобы агитировать аудиторию приходить на выборы. Ответ респондента 3 о главной задаче в своей деятельности в качестве доверенного лица: “Бодрить молодежь перед выборами на предмет того, чтобы они шли на избирательные участки в день выборов и изъявляли свое желание и выражали свою позицию”. Второй по важности задачей доверенных лиц было разбираться в программе кандидата и быть готовыми разъяснить ее положения, сделать более доступными для понимания определенной аудитории.

6. Оба респондента отметили, что эффективность их деятельности никак не оценивалась, кроме составления отчета о проделанной работе.

7. Респондент 3 выступал как доверенное лицо через несколько каналов коммуникации: телевидение, радио, личное общение с аудиторией. Респондент 4 использовал только канал живого общения посредством совещаний, форумов и т.д.

8. Оба респондента считают, что их деятельность повлияла на решение электората, прежде всего, на тех избирателей, у кого не было четко сформированной позиции. Отмечается, что здесь важен был комплексный подход, а не индивидуальная работа – большое количество доверенных лиц общалось с избирателями, тем самым влияя на их позицию.

9. Оба респондента не считают Г. Полтавченко публичной персоной, но находят это положительным аспектом в его имидже, не влияющим негативно на эффективность его деятельности и отношение избирателей к его персоне.

10. Оба респондента готовы продолжать свою деятельность в качестве

доверенных лиц (однозначно в качестве доверенных лиц Г. Полтавченко).

11. Оба респондента считают институт доверенных лиц эффективным механизмом взаимодействия политика и общества, а также незаменимым способом формирования положительного имиджа, так как «в качестве доверенных лиц выступают очень авторитетные люди, которые заслужили доверие своей работой и близки к людям». При этом респонденты отмечают, что при подборе доверенных лиц должны учитываться все слои населения - доверенные лица должны быть понятны своей аудитории, объяснять позицию кандидата и все интересующие аспекты доступным языком. Это привлечет к политику большее количество избирателей и создаст в их глазах положительный образ.

12. важной проблемы респонденты отмечают необходимость доработки способов функционирования института доверенных лиц – нужны новые формы взаимодействия с аудиторией, соответствующие последним достижениям времени, и технологии, способные привлечь все слои электората. Тем более это важно в общении со студентами – “сегодня молодежь смотрит на свою жизнь очень осознанно и на много лет вперед”, “этим людям нужно четко отчерчивать перспективы их жизни”.

Очерченные нами в ходе проведенного исследования проблемы функционирования института доверенных лиц достаточно серьезны и требуют комплексного подхода в их решении.

В рамках квалификационной работы мы не можем разработать и апробировать весь комплекс работ по оптимизации работы института доверенных лиц, однако в результате проведенного анализа можно предложить ряд направлений в решении сложившихся проблем:

Проблема: недоступность полного списка доверенных лиц. Решение: создание сайта предвыборной кампании с полным перечнем доверенных лиц, их сферы деятельности, проводимыми мероприятиями в рамках привлечения электората и т.д. (по аналогии с сайтом “Доверенные лица Владимира Путина”

<http://доверенныелица.рф>) и его анонсирование посредством каналов коммуникации.

Проблема: нежелание афишировать бывшими доверенными лицами своей причастности к предвыборной кампании. Решение: очень четкая проработка кандидатур доверенных лиц, привлечение персон, действительно разделяющих позицию политика. Соответственно, необходимо детальное донесение программы до потенциальных доверенных лиц, выявление наиболее удобных и результативных форм общения доверенных лиц с аудиторией.

Проблема: неосведомленность общества о функциях и статусе доверенных лиц. Решение: предвыборная кампания строится не только на агитационных мероприятиях, но и на мероприятиях, ориентированных на просвещение аудитории о необходимости гражданской активности, о роли и важности Института доверенных лиц как способа связи общества и политика.

Проблема: прекращение функционирования института доверенных лиц после назначения кандидата на пост губернатора. Решение: сохранение института доверенных лиц как общественной организации при действующем губернаторе дает возможность обратной связи с обществом и его потребностями.

Проблема: оценка эффективности деятельности доверенных лиц. Решение: создание шкалы оценки эффективности проводимых мероприятий доверенными лицами для выявления наиболее успешных форм взаимодействия и устранения наиболее неудачных.

Проблема: учет слоев населения при выборе доверенных лиц. Решение: привлекать не только популярные персоны, но также и близких к электорату общественников, возможно, известных в более узком кругу, но, тем самым более доступным и понятным для определенной аудитории. Важно помнить, что доверенные лица – это лидеры в различных сферах деятельности, “личностные ориентиры” и своеобразная мера доверия политику избирателями.

Проблема: форма взаимодействия доверенных лиц с электоратом и

небольшой спектр каналов коммуникации. Решение: увеличение количества каналов коммуникации. Это самая острая проблема, отмеченная респондентами. Количество каналов коммуникации пропорционально расширению электората, особенно это касается молодежи. Невозможно оставаться непубличным политиком, не осваивать социальные сети и популярные формы живого общения (мастер-классы, ворк-шопы, вебинары и т.д.) и завоевывать новую аудиторию. Поиск новых форм, мониторинг самых актуальных направлений во взаимодействии социума – первостепенная задача при организации института доверенных лиц как живого инструмента взаимодействия с обществом для создания положительного имиджа политика.

Таким образом, в ходе эмпирического исследования нами были выявлены порядка семи существующих проблем в функционировании института доверенных лиц Г. Полтавченко. Несомненно, данные проблемы негативно отражаются не только на восприятии самого института, но, и как результат, на восприятии фигуры политика и его имиджа. Планомерное разрешение очерченных проблем создаст благоприятную среду для деятельности доверенных лиц как механизма формирования положительного имиджа в глазах электората, но также привлечет новую аудиторию на сторону Г. Полтавченко.

Выводы главы 2

Доверенные лица – это люди самых разносторонних взглядов, политических, социальных, экономических и т.д., ввиду различных сфер своей занятости, что дает возможность кандидату взглянуть на проблемы объективно и с разных позиций, реалистично оценить обстановку, сделать выводы, учесть ошибки и скорректировать направление своих действий. Ответственность доверенного лица гораздо выше, потому что взаимодействие с аудиторией здесь осуществляется не только в пользу кандидата, но, в первую очередь, от имени кандидата. “Слова

доверенного лица имеют вес и силу, равную Слову (именно с большой буквы) самого кандидата, а поэтому если ты что-то говоришь, то должен быть в этом полностью уверен или даже убежден <...> доверенное лицо отвечает перед кандидатом, своей совестью, всем народом и страной”⁴³

Учитывая тот факт, что Г. Полтавченко не является медийной персоной, информации о нем и его деятельности в прессе, и, соответственно, у потенциального электората недостаточно для создания полноценного образа. Доверенным лицам Г. Полтавченко становится необходимо осуществлять не только агитационную функцию, но и функцию формирования положительного имиджа в глазах аудитории. Это служит базовым отличием от института доверенных лиц кандидата на пост Президента РФ наряду с количеством допустимых для регистрации доверенных лиц кандидата, а также показателем возрастающей ответственности и необходимости укрепления института доверенных лиц Г. Полтавченко. Возможно, именно данными соображениями продиктовано привлечение губернатором столь большого количества доверенных лиц.

По результатам анализа интервью нами было выявлено семь существующих проблем функционирования Института доверенных лиц:

1. Проблема недоступности полного списка доверенных лиц.
2. Проблема нежелания афишировать бывшими доверенными лицами своей причастности к предвыборной кампании.
3. Проблема неосведомленности общества о функциях и статусе доверенных лиц.
4. Проблема прекращения функционирования Института доверенных лиц после назначения кандидата на пост губернатора.

⁴³ С.Садыков - Доверенное лицо Путина // URL: <http://azerros.ru/maintheme/1921-kak-ya-byt-doverennym-licom-vladimira-putina-na-vyborah.html> (дата обращения: 27.04.2016)

5. Проблема оценки эффективности деятельности доверенных лиц.
6. Проблема учета слоев населения при выборе доверенных лиц.
7. Проблема форм взаимодействия доверенных лиц с электоратом и привлечения большего количества каналов коммуникации.

Рамки данного исследования накладывают ограничения на разработку путей и способов решения выявленных проблем. Тем не менее, нами были предложены направления для работы аппарата Г.С. Полтавченко, способные при правильном обращении привести к позитивным результатам в сфере функционирования института доверенных лиц губернатора. Благодаря налаживанию правильной работы института доверенных лиц будет существовать обратная связь с электоратом, и, соответственно, поддерживаться положительный имидж Г.С. Полтавченко, что является ключевым в деятельности современного политика.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная дипломная работа была направлена на изучение Института доверенных лиц и способов формирования положительного имиджа политического деятеля посредством данного института. Нами было выдвинуто предположение, что столь необходимый сегодня политику правильно созданный образ в глазах общества во многом зависит от его окружения.

В ходе исследования нами были выявлены проблемы функционирования института доверенных лиц и описаны в рамках данной работы пути их возможного решения.

Нами был проведен анализ теоретического материала и определена специфика содержания политического имиджа и механизмов его формирования; описаны особенности и специфика деятельности доверенных лиц, их роли в процессе формирования имиджа политика; сопоставлены описанные особенности с эмпирическими данными (интервью доверенных лиц) на предмет выявления действительных функций и влияния доверенных лиц на формирование положительного имиджа политика; на основании проведенного анализа определены проблемы и пути их оптимизации.

На основе проанализированных теоретических данных по вопросу исследования определение политического имиджа было сформулировано нами как обобщающее понятие, сложившийся в массовом сознании стереотип, эмоционально окрашенный образ, качественная характеристика объекта, посредством которой вырабатывается отношение аудитории к объекту и всему, что связано с ним.

Также были выявлены ключевые ступени механизма формирования политического имиджа: выделение ядерной доминанты, выбор линии поведения, определение рече-поведенческих тактик, создание имиджевой легенды и внешнего

образа, организация окружения. Под окружением политика понимается не только пресс-служба политика, но и институт доверенных лиц. Институт доверенных лиц и высокий статус избранных на эту должность персон является базой для успешной агитации, благоприятного восприятия электората, положительного взаимодействия общества и политика и, главное, для формирования позитивного политического имиджа.

Так как Г.С. Полтавченко является непубличной личностью, то посредством института доверенных лиц осуществляется не только агитационная функция, но и функцию создания и формирования положительного имиджа в глазах аудитории. Что, в свою очередь, подтверждает высокую ответственность доверенных лиц как своеобразного проводника информации о политике и необходимость укрепления института доверенных лиц Г. Полтавченко.

Кроме выявленных объективных функций и влияния доверенных лиц на формирование положительного имиджа политика в результате эмпирического анализа нами были определены проблемы функционирования института доверенных лиц и предложены варианты решений их оптимизации в рамках нашего исследования.

Подводя итог исследованию, нами был сделан вывод о том, что предлагаемые направления в решении сложившихся проблем функционирования Института доверенных лиц позволят повысить эффективность использования данного механизма формирования положительного имиджа политического деятеля.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Березкина О.П. Политический имидж в современной политической культуре. Автореферат. – СПб., 2010
2. Березовская Е.С. К вопросу об общественном мнении как показателе состояния политического сознания.
3. Вылегжанин Д.А. Введение в политическую имиджелогию: учеб. пособие. М.: Флинта: МПСИ, 2008
4. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и Реклама: Учеб. Пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2005
5. Гаджиев Г. Введение в политическую науку. – Логос., 2010
6. Голубев А.В. Запад глазами советского общества. – М., 2011
7. Горчакова В.Г. Имидж личности //Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – №3. – С. 133-138
8. Грачёв М. Н. Средства массовой информации в социально-политическом поле//Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Политология». – 2000. - №2
9. Гундарь О.Н. Феномен политического лидерства в социальном контексте современности. Автореферат. – Ставрополь, 2001
10. Гуревич П.С. Приключения имиджа. – М., 1991
11. Деркач А.А., Перельгина Е.Б. Политическая имиделогия. М.: Аспект Пресс, 2006
12. Деннис Э. Беседы о масс-медиа. – Издательство «Вагриус», 1997
13. Диалоги Платона. - Издательство «Азбука», 2000
14. Докторов Б.З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения. – Издательство ЦСП, 2006
15. Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.Б. Политическая реклама. - М.:

Центр политического консультирования «НикколоМ», 1999

16. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии: учебник. М.: Аспект Пресс, 2012
17. Калюжный А.А. Теоретико-методологические особенности исследования имиджа// Вестник Томского государственного педагогического университета. – Вып.2 (53). – 2006. – Сер. Психология – Томск, 2006. – С. 68-75
18. Ковлер А.Избирательные технологии:российский и зарубежный опыт. – М., 1996
19. Козловская Н.В.«Образ современного политика в представлении студенческой молодёжи». – 2012 г.
20. Кольцова Е.Ю.Производство новостей: скрытые механизмы контроля//Журнал социологии и социальной антропологии. – 1999. - №3
21. Комаровский В.С. Государственная Служба и СМИ. – Воронеж. Издательство ВГУ, 2003. С. 98-99
22. Кузьмен О.В.Социология общественного мнения. – Новосибирск, 1996 – стр.34
23. Л. Браун “Имидж – путь к успеху”. - Питер, 2001. - с. 10
24. Лебон Г.Психология народов и масс. - М.: Академический прогресс, 2011
25. Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000.
26. нг», 2000.
27. Макиавелли Н.Государь. – М., 1990Максимов А.А. “Чистые” и “грязные” технологии выборов: Российский опыт. – М., 1999. - с. 51
28. Мерилл Дж. Беседы о масс-медиа. – М., 1997
29. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг. Концепции, модели, технологии. – Издательство «Российская политическая энциклопедия», 1998
30. Перелыгина Е.Б.. Психология имиджа. - Издательство «Аспект

Пресс», 2002

31. Петрова Е. Имидж политика //Корпоративная имиджелогия. – 2008. – №1
32. Политология. Словарь. — М: РГУ. В.Н. Коновалов. 2010
33. Политическое консультирование. – М.: Центр Политического консультирования “Никколо М”, 1999. - с. 83-84
34. Почепцов Г.Г.Имиджеология. – 2006 г.
35. Почепцов Г.Г.Имиджеология. – Издательство «Ваклер», 2001
36. Почепцов Г.Г.Коммуникативный инжиниринг.Теория и практика. – Издательство «Альтерпресс», 2008
37. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – Издательство «Ваклер», 2005
38. Профессия - имиджмейкер. - Издательство «Феникс», 2008.
39. Савина Е.Ю.Социально-технологические аспекты управления процессами формирования имиджа политического лидера средствами печати.Автореферат. – Москва, 1998
40. Скуленко М.И., Феофанов О.А.Агрессия лжи. – М., 2013
41. Скуленко М.И.Журналистика и пропаганда. – Киев, 1987
42. Хайдер Д., Рейн И., Асплунд К., Котлер Ф.Основы маркетинга. - Издательство «Вильямс», 2011
43. Шашлов М.Н.Политический имидж как актуальный объект исследования.
44. Шепель В.М.Секреты личного обаяния. – Издательство «Феникс», 2005
45. Шестопал Е.Б.Политическая психология. - Аспект Пресс, 2012
46. Шашлов, М. Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования / М. Н. Шашлов // Актуальные проблемы политологии : сборник научных работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов / отв.

ред. д.ф.н., проф. В. Д. Зотов. – М. : МАКС-Пресс, 2001. – С. 84–92.

Интернет-источники

1. Политический PR. – Интернет ресурсы [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://studlib.com/content/view/175/7/>
2. С. Садыков – Доверенное лицо Путина [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://azerros.ru/maintheme/1921-kak-ya-byl-doverennym-licom-vladimira-putina-na-vyborah.html>)
3. У кандидата в губернаторы Петербурга Георгия Полтавченко более 400 доверенных лиц [Электронный ресурс]- Режим доступа:
<http://www.vedomosti.ru/politics/articles/2014/07/29/v-pomosch-poltavchenko>
4. Ю.В. Рублевская и Е.В. Попов. Моделирование бизнеса в Интернет-среде. // Интернет ресурсы [Электронный ресурс]- Режим доступа:
<http://www.monographies.ru/23-641>
5. URL: <http://www.dp.ru/103d1m>
6. <http://доверенныелица.пф>, <http://putin.kremlin.ru>, <http://kremlin.ru>

Приложение 1

Интервью №1

Интервьюируемый - Пашоликов Максим Александрович

Должность на момент выборов Губернатора — Председатель студенческого совета при правительстве Санкт-Петербурга

Должность на данный момент — Помощник ректора СПбПУ по делам молодежи и председатель профкома студентов и аспирантов

-Вы являетесь доверенным лицом губернатора Санкт-Петербурга, участвуете ли Вы в других политических кампаниях, проектах?

Нет, не участвую. В Санкт-Петербурге существует структура как Студенческий совет, на тот момент я был его председателем. Образовательная организация в целом в рамках законодательства вне политики, то есть нельзя прийти на территорию Университета с транспарантами и начать агитировать молодежь, а молодежь это как лакмусовая бумажка в нашем обществе, с которой нужно считаться, это определенная категория граждан, в которой очень часто возникают очаги социальной напряженности, с ней нужно работать в том числе ее поддержкой нужно заручиться.

Нельзя было зайти политикам в образовательные организации и начать агитировать, хотя скажем честно, большинство ректоров находились «под каблуком», то есть какая-то договоренность была, но все это, как правило, читалось между строк. Ректор встречается со старостами и говорит о выборах и о своем предпочтении к определенному кандидату. Нужно еще понимать тот факт, что в большей степени задача стояла не убедить голосовать именно за Георгия Сергеевича, а призвать молодежь быть гражданско активными и в день выборов прийти на них, поставить галочку и не важно за кого, важно было, чтобы выборы сами по себе состоялись, но все понимали что исход для Георгия Сергеевича будет положительным.

-Как долго Вы являетесь доверенным лицом губернатора?

Если честно, я даже не знаю существует ли некое положение по доверенным лицам, так как список доверенных лиц формировался перед выборами и считается дурным тоном если, например, кандидат выбрал не полный список, например, 350 из 500, каждому кандидату можно иметь определенное количество доверенных лиц, поэтому старались подогнать, чтобы было максимальное количество доверенных лиц.

Что касается долго ли, как уже сказал, список формировался перед выборами и наверное это был новый список, в который меня включили, я не знаю продолжает

ли этот список свое существование или его уничтожили после выборов, но я не ощущаю что он продолжает действовать, выборы прошли, люди проголосовали, кандидата выбрали и на этом все, никаких новых задач за последние 2 года не нарисовалось.

-Участвовали ли Вы в предвыборной кампании губернатора?

Будучи доверенным лицом необходимо было провести от 5 до 10 мероприятий в рамках предвыборной кампании, с той целевой аудиторией, которая формально закреплена за определенным доверенным лицом, с упором на то, что нужно прийти на выборы, привести свою семью и просто проголосовать.

доверенные лица не выбираются просто так, тем не менее губернатор не знает их лично, но знает что каждый из списка влияет на какую-то группу общественности, в последствии разные целевые группы оказались под влиянием определенных доверенных лиц.

-Как Вы стали доверенным лицом (сами изъявили желание или пригласили)?

Позвонили, предложили стать доверенным лицом, я не отказался, так как кандидатом был Георгий Сергеевич

-В чем заключались Ваши обязанности?

Бодрить молодежь перед выборами, на предмет того, чтобы они шли на избирательные участки в день выборов и изъявляли свое желание и выражали свою позицию

-Как оценивалась эффективность Вашей деятельности?

Честно? Никак! Единственное что было это отчет о проведенном мероприятии, где было указано название мероприятия, дата, место, аудитория (например студенты), количество участников, кто выступал, задавались ли вопросы аудиторией и ее настрой. Этот документ заполняли все доверенные лица губернатора.

-Через какие каналы коммуникации Вы выступали в качестве доверенного лица?

Радио и был небольшой репортаж по телевидению, который показали в 8 часов утра по 100ТВ, радио Балтика часто звонили просили дать свои комментарии в прямом эфире (какое настроение сейчас у молодежи по поводу выборов)

-Как Вы считаете повлияла ли Ваше деятельность, в качестве доверенного лица, на решение электората?

Я думаю, что повлияла, но не на большие круги общества, больше повлияла на тех, у кого не было своего мнения, четкой позиции. Из молодежи был не только я, нас было около 20 и они тоже проводили мероприятия, общались со студентами и когда тебе один объясняет свою позицию, второй, третий, с разных сторон, человек может сформировать свое мнение. Это такая комплексная история. Лично я на кого-то вряд ли повлиял, а вся система, думаю, что повлияла, особенно на тех, кому было все равно.

-Как Вы оцениваете нынешний публичный имидж губернатора?

Георгий Сергеевич был всегда не публичной личностью, его не показывают по телевизору, не делают из него Лужкова или Собянина, он человек, который служит своему городу, работает, никогда не бросался громкими заявлениями, именно за счет этого лично меня он привлекает как кандидатура, потому что меньше обещай, меньше делай, в плане того, что если ты сделал, не обещая, больше пойдет в зачет, чем ты пообещал и не выполнил. Губернатор у нас нейтральный, к нему нет ничего ни положительного, ни отрицательного и мне это нравится.

-Планируете ли Вы дальше выступать в роли доверенного лица?

Если есть положение и никто не отменял старый список доверенных лиц, то мне это не нужно. Не знаю, предложат, почту за честь. Но тут тоже важно какой будет кандидат, может буде такой, у которого не захочется по совести быть доверенным лицом, если Георгий Сергеевич будет снова губернатором, в чем я сомневаюсь, потому что ходит много слухов, что все изменится, то планирую, но напрашиваться не буду.

-Как Вы оцениваете роль и влияние доверенных лиц на коммуникацию между политиком и обществом?

Я считаю, что это достаточно эффективный механизм. Скажу честно, я про доверенных лиц ничего не знал, до того как мне предложили им стать. Но когда собирали всех доверенных лиц, с ними работали, давали им информацию, документы, чтобы могли использовать и не могу сказать, что это была пропаганда, нет, люди по собственному желанию становились доверенными лицами, а потом им помогали делать их работу, чтобы она было более эффективна. Наверное это

правильный механизм, который имеет право на существование и может сделать какие-то положительные шаги, так как в основном в качестве доверенных лиц выступают очень авторитетные люди, которые заслужили доверие своей работой и близки к людям

Приложение 2

Интервью №2

Интервьюируемый — Горубин Лука Владимирович

Должность на момент выборов Губернатора — Начальник Управления по вне учебной и воспитательной работе Санкт-Петербургского государственного экономического университета

-Вы являетесь доверенным лицом губернатора Санкт-Петербурга, участвуете ли Вы в других политических кампаниях, проектах?

Я с давних пор партийный, конечно, в определенном смысле участвую в политических процессах, однако поскольку я работаю в университете, а эта организация старается быть вне политики, вне религии и пр. Я стараюсь участвовать несколько опосредованно, с точки зрения общественных инициатив, к примеру какие-нибудь наблюдатели на выборах, и мне приходилось работать раньше, приходилось консультировать людей, которые участвуют в политических кампаниях, например сейчас мой сотрудник участвует в праймере в государственную думу и я конечно же ему подсказываю, помогаю чем могу. Но прям чтобы участвовать в кампаниях в чем-то избирательной штабе, кроме как у Георгия Сергеевича, не приходилось

-Как долго Вы являетесь доверенным лицом губернатора?

Удостоверение доверенного лица, на сегодняшний день, уже утратило силу и мы являлись доверенными лицами только на период избирательной кампании

-Участвовали ли Вы в предвыборной кампании губернатора?

Участвовал, поскольку я был его доверенным лицом, я выступал в его поддержку, рассказывал отдельные части его программы, для тех кругов, перед которыми приходилось выступать, наиболее интересные освещал аспекты, вопросы

-Как Вы стали доверенным лицом (сами изъявили желание или пригласили)?

Мне предложили, поскольку я очень много лет занимался общественной деятельностью в молодежных объединениях, студенческих, как городского, так и федерального масштаба и мне позвонили из правительства Петербурга, из избирательного штаба и предложили быть доверенным лицом Георгия Сергеевича и если это совпадает с моими убеждениями, они были бы хотели видеть меня в

качестве доверенного лица, так как это совпадало с моими убеждениями я принял это предложение и поучаствовал

-В чем заключались Ваши обязанности?

Основная обязанность знать и понимать ту программу с которой Георгий Сергеевич идет на выборы и уметь эту программу донести, разъяснить людям, выступить перед различными аудиториями, так как я работаю с молодежью, для меня этой аудиторией было именно молодежь, я не концентрировал свое внимание только на одном вузе, это было бы не правильно.

Более того, поскольку вузы вне политики и мы не могли призывать за какого-то определенного кандидата, основным посылом для молодежи было то, чтобы они приняли участие в выборах и просто, грубо говоря, проголосовали так как они хотят, помимо этого если у аудитории возникали вопросы по поводу кандидатов, то я конечно же был готов на них отвечать

-Как оценивалась эффективность Вашей деятельности?

Мы предоставляли отчеты с какими группами людей, в каком количестве мы встречались

-Через какие каналы коммуникации Вы выступали в качестве доверенного лица?

Дело в том, что очень много различных организаций и мероприятий на которые меня приглашают и так как на протяжении всей кампании я мог выступать как доверенное лицо, я практически всегда пользовался возможностью проговорить этот аспект, будь то совещание в университете или крупный форум, на котором я выступал в качестве эксперта, где затрагивалась тема выборов, то есть в основном это было личное общение, я не занимался агитацией онлайн, всегда было выступление

-Как Вы считаете повлияла ли Ваше деятельность, в качестве доверенного лица, на решение электората?

Надеюсь, что на ту часть, с которой я общался, да! Как минимум, я считаю, что больше людей пошло на выборы. У людей возникали вопросы, что-то они не понимали, что-то хотели уточнить, может по их мнению чего-то не хватало в программе и они спрашивали будет ли это дорабатываться, а раз у людей возникают вопросы, значит, что они начинают думать об этом, значит это как-то

влияет на их мнение

-Как Вы оцениваете нынешний публичный имидж губернатора?

В целом положительно, это однозначно.

Санкт-Петербург город не простой и очень много оппозиционно настроенных людей и среди них может имидж и не самый лучший, но если брать в целом, то очень многие проблемы решаются новыми способами, как раз что мне нравится . Люди видят результат

Публичность не основной критерий эффективности. Есть результат значит человек работает хорошо, результат есть.

-Планируете ли Вы дальше выступать в роли доверенного лица?

Это будет от многого зависеть. Во-первых от того в роли чьего доверенного лица, а во-вторых, буду ли я сам баллотироваться куда-нибудь, поскольку в планах по жизни такое есть, не в ближайшее время в силу возраста, но да наверное буду, если пригласят и это будут те люди, которых я хотел бы поддержать, то да

-Как Вы оцениваете роль и влияние доверенных лиц на коммуникацию между политиком и обществом?

Я считаю, что это довольно хороший способ, механизм ,однозначно, нужно дорабатывать, потому что любая система должна отвечать вызовам соответствующего времени и сегодня такая политическая ситуация в стране и в мире, что наверное одними доверенными лицами не обойтись или не обойтись таким форматом их работы, может быть надо думать о каких-то новых вещах, новых веяниях, тем более в общении с молодежью, потому что этим людям нужно четко отчерчивать перспективы по их жизни, при том что сегодня молодежь смотрит на свою жизнь очень осознанно и на много лет вперед, а так как мы выбираем кандидата уже на длительный период. При этом важно, чтобы доверенные лица работали именно с той аудиторией, для которой они будут наиболее близки и понятны, а так же при подборе всего круга доверенных лиц учитывались все слои населения, чтобы для каждого из них было доступно доверенное лицо, которое сможет на их языке объяснить все аспекты, которые их интересуют

ОТЧЕТ
О ПРОВЕДЁННОМ МЕРОПРИЯТИИ

Название мероприятия:

Дата проведения
время

Место проведения

Социальная или профессиональная группа аудитории:

Количество участников:

Кто выступил:

В пункте указывается информация о выступающих (кандидат в Губернаторы Санкт-Петербурга, член штаба ФИО, доверенное лицо Кандидата в Губернаторы Санкт-Петербурга ФИО).

Вопросы задаваемые на встрече:

В пункте перечисляются вопросы, которые поступили от участников встречи

Настрой аудитории:

Памятка по раздаче агитационных материалов

1. Права доверенных лиц:

-осуществлять агитационную деятельность в пользу назначившего их кандидата.

- удостоверить полномочия наблюдателя в направлении в письменной форме.
- присутствовать на всех заседаниях избирательных комиссий, а также при подсчете голосов избирателей.

2. Предвыборной агитацией, осуществляемой в период избирательной кампании, признаются (Агитационный период начинается с 17.06.2014 и прекращается в ноль часов 13.09.2014):

- а) призывы голосовать за кандидата, кандидатов либо против него (них);
- б) выражение предпочтения какому-либо кандидату, в частности указание на то, за какого кандидата будет голосовать избиратель;
- в) описание возможных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран или не будет избран;

г) распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах), в сочетании с позитивными либо негативными комментариями;

д) распространение информации о деятельности кандидата, не связанной с его профессиональной деятельностью или исполнением им своих служебных (должностных) обязанностей;

е) деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к кандидату, выдвинутому кандидату.

3. Предвыборная агитация может проводиться:

а) на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях;

б) посредством проведения агитационных публичных мероприятий (митингов, демонстраций, шествий и пикетирований);

в) посредством выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов;

г) иными не запрещенными законом методами (участие во встречах с избирателями, круглых столах, конференциях, совещаниях).

Итог:

Раздавать агитационные материалы (брошюры, листовки, за исключением печатных СМИ) могут доверенные лица на любых мероприятиях, которые они проводят без участия Губернатора. Мероприятия можно условно разделить на 2 части: 1 часть – официальная (с участием временно исполняющего обязанности Губернатора Санкт-Петербурга), 2

часть – после отъезда временно исполняющего обязанности Губернатора Санкт-Петербурга. Во время 2 части доверенные лица вправе организовать раздачу агитационных материалов.

Если на мероприятии присутствует временно исполняющий обязанности Губернатора Санкт-Петербурга, то он является должностным лицом и раздача агитационных материалов за него как за кандидата на должность Губернатора Санкт-Петербурга невозможна.

Вместе с тем, если проводится мероприятие, где Г.С. Полтавченко появляется как кандидат на должность Губернатора Санкт-Петербурга (аренда зала за счет избирательного фонда кандидата на должность Губернатора Санкт-Петербурга), то раздача агитационных материалов возможна.

Приложение 5

**График
проведения агитационных публичных мероприятий
доверенного лица кандидата на должность Губернатора
Санкт-Петербурга Г.С. Полтавченко**

(фамилия, имя, отчество)
в августе – сентябре 2014 года

№	Дата и время проведения	Место и адрес проведения	Наименование мероприятия	Категории участников	Предполагаемое число участников

Доверенное лицо

(подпись)

«__» _____ 2014

Памятка доверенным лицам

Вопросы статуса доверенных лиц регулируются Федеральным законом от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (статья 43 Федерального закона).

Кандидат вправе назначить доверенных лиц.

2. Регистрация доверенных лиц осуществляется избирательной комиссией в течение трех дней со дня поступления письменного заявления кандидата о назначении доверенных лиц вместе с заявлениями самих граждан о согласии быть доверенными лицами.

3. Доверенными лицами кандидатов не могут быть:

- кандидаты (на любые избираемые должности),
- лица, замещающие государственные или выборные муниципальные должности,
- главы местных администраций,
- работники аппаратов избирательных комиссий.

Если до 15.09.2014 доверенное лицо получает один из указанных статусов, оно должно написать заявление о прекращении статуса и будет отозвано.

Государственные и муниципальные служащие могут быть назначены доверенными лицами при условии их освобождения от исполнения служебных обязанностей на период исполнения полномочий доверенного лица. Учитывая положения Федерального закона от 27.07.2004 №79-ФЗ "О государственной гражданской службе Российской Федерации" это означает **нахождение в отпуске без сохранения денежного содержания**.

На период полномочий остальных доверенных лиц работодатель **обязан** предоставлять доверенным лицам **по их просьбе** неоплачиваемый отпуск. Это не означает обязанность уйти в отпуск, но позволяет сделать это при желании доверенного лица (Государственные и муниципальные служащие, назначенные доверенными лицами) обязаны уйти в отпуск без сохранения денежного содержания, остальные доверенные лица – по желанию).

4. Доверенные лица получают в избирательной комиссии удостоверения.

5. Права доверенных лиц:

- осуществлять агитационную деятельность в пользу назначившего их кандидата.

- удостоверять полномочия наблюдателя в направлении в письменной форме.
- присутствовать на всех заседаниях избирательных комиссий комиссии, а также при подсчете голосов избирателей.

6. Полномочия доверенных лиц прекращаются по решению кандидата либо вместе с утратой статуса кандидатом, назначившим этих доверенных лиц. Это

означает, что статус сохраняется до подведения итогов выборов.

7. Ограничения доверенных лиц:

- организации, учредителями, собственниками, владельцами и (или) членами органов управления организаций которых являются доверенные лица, в период избирательной кампании не вправе заниматься благотворительной деятельностью.

- иные физические и юридические лица в период избирательной кампании не вправе заниматься благотворительной деятельностью по просьбе, поручению или от имени доверенных лиц, а также проводить одновременно с благотворительной деятельностью предвыборную агитацию.

- доверенным лицам запрещается обращаться к иным физическим и юридическим лицам с предложениями об оказании материальной, финансовой помощи или услуг избирателям.

- должностным лицам, журналистам, иным творческим работникам организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, если указанные лица являются доверенными лицами, запрещается участвовать в освещении избирательной кампании через средства массовой информации.

- доверенным лицам при проведении предвыборной агитации запрещается осуществлять подкуп избирателей: вручать им денежные средства, подарки и иные материальные ценности, кроме как за выполнение организационной работы (агитационную работу); производить вознаграждение избирателей, выполнявших указанную организационную работу, в зависимости от итогов голосования или обещать произвести такое вознаграждение; проводить льготную распродажу товаров, бесплатно распространять любые товары, за исключением печатных материалов (в том числе иллюстрированных) и значков, специально изготовленных для избирательной кампании; предоставлять услуги безвозмездно или на льготных условиях, а также воздействовать на избирателей посредством обещаний передачи им денежных средств, ценных бумаг и других материальных благ (в том числе по итогам голосования), оказания услуг иначе чем на основании принимаемых в соответствии с законодательством решений органов государственной власти, органов местного самоуправления в Санкт-Петербурге.

8. Кандидат самостоятельно определяет содержание, формы и методы своей агитации, самостоятельно проводит ее, а также вправе в установленном законодательством порядке привлекать для ее проведения иных лиц, в том числе доверенных лиц.

9. Предвыборной агитацией, осуществляемой в период избирательной кампании, признаются **(Агитационный период начинается с 17.06.2014 и прекращается в ноль часов 13.09.2014):**

- а) призывы голосовать за кандидата, кандидатов либо против него (них);
- б) выражение предпочтения какому-либо кандидату, в частности указание на то, за какого кандидата будет голосовать избиратель;
- в) описание возможных последствий в случае, если тот или иной кандидат

будет избран или не будет избран;

г) распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах), в сочетании с позитивными либо негативными комментариями;

д) распространение информации о деятельности кандидата, не связанной с его профессиональной деятельностью или исполнением им своих служебных (должностных) обязанностей;

е) деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к кандидату, выдвинувшему кандидата.

10. Предвыборная агитация может проводиться:

а) на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях;

б) посредством проведения агитационных публичных мероприятий (митингов, демонстраций, шествий и пикетирований);

в) посредством выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов;

г) иными не запрещенными законом методами (участие во встречах с избирателями, круглых столах, конференциях, совещаниях).

11. Запрещается привлекать к предвыборной агитации лиц, не достигших на день голосования возраста 18 лет, в том числе использовать изображения и высказывания таких лиц в агитационных материалах.

12. В соответствии с Федеральным законом запрещается проводить предвыборную агитацию, выпускать и распространять любые агитационные материалы:

а) федеральным органам государственной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, иным государственным органам, органам местного самоуправления;

б) лицам, замещающим государственные или выборные муниципальные должности, государственным и муниципальным служащим, лицам, являющимся членами органов управления организаций независимо от формы собственности (в организациях, высшим органом управления которых является собрание, - членами органов, осуществляющих руководство деятельностью этих организаций), за исключением политических партий, при исполнении ими своих должностных или служебных обязанностей и (или) с использованием преимуществ своего должностного или служебного положения (агитацией могут заниматься лица, замещающие должности государственной гражданской службы или муниципальной службы, находящиеся в отпуске без сохранения денежного содержания, и вне пределов организации, в которой они занимают должность; в отношении лиц, являющихся членами органов управления организаций независимо от формы собственности – генеральный директор не вправе агитировать в трудовом коллективе предприятия, которым он руководит. Вместе с

тем, его заместитель вправе агитировать на предприятии, на котором он работает).

в) воинским частям, военным учреждениям и организациям;

г) благотворительным и религиозным организациям, учрежденным ими организациям, а также членам и участникам религиозных объединений при совершении обрядов и церемоний;

д) избирательным комиссиям, членам избирательных комиссий с правом решающего голоса;

е) иностранным гражданам, лицам без гражданства, иностранным юридическим лицам;

ж) международным организациям и международным общественным движениям;

з) представителям организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, при осуществлении ими профессиональной деятельности;

и) лицам, в отношении которых решением суда в период проводимой избирательной кампании установлен факт нарушения ограничений, предусмотренных пунктом 1 статьи 42 Закона Санкт-Петербурга (Предвыборные программы кандидатов, избирательных объединений, иные агитационные материалы (в том числе размещаемые в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц, включая сеть "Интернет"), выступления кандидатов и их доверенных лиц, граждан на публичных мероприятиях, в средствах массовой информации (в том числе размещаемые в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц, включая сеть "Интернет") не должны содержать призывы к совершению деяний, определяемых в статье 1 Федерального закона "О противодействии экстремистской деятельности" как экстремистская деятельность, либо иным способом побуждать к таким деяниям, а также обосновывать или оправдывать экстремизм. Запрещается агитация, возбуждающая социальную, расовую, национальную или религиозную рознь, унижающая национальное достоинство, пропагандирующая исключительность, превосходство либо неполноценность граждан по признаку их отношения к религии, социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности, а также агитация, при проведении которой осуществляются пропаганда и публичное демонстрация нацистской атрибутики или символики либо атрибутики или символики, сходных с нацистской атрибутикой или символикой до степени их смешения. Не может рассматриваться как разжигание социальной розни агитация, направленная на защиту идей социальной справедливости.

При проведении предвыборной агитации также не допускается злоупотребление свободой массовой информации в иных, чем указанные в настоящем пункте, формах. Запрещается агитация, нарушающая законодательство Российской Федерации об интеллектуальной собственности).

13. Лицам, замещающим государственные или выборные муниципальные

должности, запрещается проводить предвыборную агитацию на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях, за исключением случаев, если указанные лица выдвинуты в качестве кандидатов.

Приложение 7

Информация для выступления доверенного лица

Уважаемые коллеги!

Как вы знаете, **14 сентября** состоятся досрочные выборы высшего должностного лица Санкт-Петербурга - Губернатора Санкт-Петербурга и выборы депутатов в органы местного самоуправления Санкт-Петербурга.

Я - доверенное лицо кандидата в Губернаторы Санкт-Петербурга Георгия Сергеевича Полтавченко.

В ходе нашей встречи мы поговорим об основных позициях стратегии развития Санкт-Петербурга, о достижениях и планах городской молодежной политики, о порядке и сроках голосования.

Приступив к исполнению обязанностей Губернатора Санкт-Петербурга, Георгий Сергеевич, оценил состояние экономики города, уровень развития производительных сил, состояния дел в социальной сфере и принял решение о необходимости разработки долгосрочной Стратегии развития Петербурга.

Сегодня важно сознавать, что понимание общей цели даст всем нам возможность приступить и к решению конкретных задач, стоящих перед нашим городом, перед нами - жителями Санкт-Петербурга.

Губернатор города вместе со своей командой и группой ученых приступили к разработке документа, который определит понятные для бизнеса и горожан пути развития на многие годы вперед.

Так появилась «Стратегия - 2030», которая, разрабатывалась с активным привлечением общественности, широко обсуждалась и стала народным документом. «Стратегия - 2030», по сути, является программным документом избирательной кампании Георгия Сергеевича Полтавченко,

«Стратегия- 2030» определяет условия для обеспечения устойчивого экономического развития мегаполиса, улучшения качества городской среды «Стратегия - 2030» создает благоприятные условия и для развития гражданского общества.

Полностью «Стратегия - 2030» изложена на сайте Администрации города. В рамках Стратегии разработано 17 Государственных целевых программ.

Одна из них - Государственная программа Санкт-Петербурга «Создание условий для обеспечения общественного согласия в Санкт-Петербурге на 2015-

2020 годы».

Основной целью государственной программы является достижение общественного согласия и позитивного настроения граждан, создание условий для успешной социализации и эффективной самореализации молодежи в современном обществе.

Государственная программа состоит из 4-х подпрограмм:

- Повышение уровня социализации и самореализации молодежи Санкт-Петербурга в современном обществе;
- Патриотическое воспитание граждан в Санкт-Петербурге;
- Укрепление гражданского единства и гармонизация межнациональных отношений в Санкт-Петербурге;
- Информационная деятельность исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга и взаимодействие со СМИ.

Исполнителями государственной программы являются 32 органа государственной власти Санкт-Петербурга. Необходимо отметить, что только сбалансированная деятельность и комплексное взаимодействие всех исполнителей программы станет одним из определяющих факторов эффективной реализации государственной политики по обеспечению общественного согласия в Санкт-Петербурге.

Санкт-Петербург отличается от других субъектов тем, что в нашем городе сохранена система работы с молодежью по месту жительства. В городе работает 10 Домов молодежи и 325 подростково-молодежных клуба, объединенных в 20 подростково-молодежных центров. На постоянной основе учреждения молодежной политики посещает более 100 000 молодых петербуржцев.

Правительством Санкт-Петербурга большое внимание уделяется модернизации инфраструктуры учреждений молодежной политики. За последние 3 года площадь учреждений увеличилась на **11 000 м²**, отремонтировано и реконструировано более 160 клубов на общую сумму **180 мл. рублей**. Количество кружков и секций увеличилось на 344 единицы и составило в текущем году 3753. Государственная программа. В Государственной программе предусмотрена дальнейшая работа по модернизации сети учреждений.

Следующей важной задачей является создание условий для работы в отрасли квалифицированных сотрудников. К сожалению отрасль молодежной политики не вошла в майские Указы Президента и на сегодняшний день средняя заработная плата в отрасли (21 000 руб.) значительно меньше средней заработной платы по экономике в Санкт-Петербурге (40 000 руб.). В настоящее время Правительством Санкт-Петербурга прорабатывается вопрос увеличения заработной платы в отрасли за счет регионального бюджета.

8 августа ВРИО Губернатора Санкт-Петербурга на форуме «Селигер» во время встречи с делегацией Санкт-Петербурга подтвердил, что с 1 января будет повышена заработная плата работниками учреждений, дополнительно из бюджета города на эти цели будет выделено 437,1 млн рублей. По прогнозным расчетам, это позволит увеличить среднюю заработную плату в месяц до 31 000 рублей, что составит 70% от прогнозируемой средней заработной платы по экономике в Санкт-Петербурга (45 442 рублей).

Петербург сегодня – это центр молодежной жизни. По данным на декабрь 2013 года в Санкт-Петербурге проживает более 1 миллиона 131 тысячи граждан в возрасте от 7 до 30 лет, что составляет 22,5 процента от общей численности населения.

Большое внимание в городе уделяется поддержке молодежных инициатив и вовлечению молодёжи в трудовую и социальную жизнь города.

В Санкт-Петербурге ежегодно проводятся такие мероприятия и конкурсы как «Созвездие талантов», региональный конкурс социально-значимых студенческих проектов «Моя инициатива в образовании», региональный конкурс лидеров и руководителей молодежных и детских общественных объединений «Лидер XXI века», «Молодежная премия», церемонии чествования лучших выпускников ВУЗов и ССУЗов Санкт-Петербурга.

Большое внимание уделяется развитию молодежного добровольчества. Перспективы развития данного направления со всеми заинтересованными организациями определяются на ежегодном Форуме, который получил в 2012 году молодежное название «ДоброФорум». В прошлом году начали свою работу городское и районные добровольческие агентства. Для молодежи, желающей заниматься развитием добровольческих проектов проводится серия обучающих мероприятий и образовательный форум на открытом воздухе «Добропикник». В прошлом году начал свою работу единый информационный портал Добросайт.рф. В первом полугодии текущего года проведено около 250 добровольческих мероприятий, в которых приняло участие более 12 000 человек.

Отдельное внимание уделяется вопросам патриотического воспитания. Как одно из приоритетных направлений работы по воспитанию молодежи данное направление пошло в качестве подпрограммы в Государственную программу. Всего за период 2011-2013 г.г. было проведено более 300 городских мероприятий патриотической направленности с общим количеством участников более 220 000.

В первом полугодии 2014 года было проведено 26 мероприятий с охватом более 100 000 человек (Для сравнения, в 2013 году - 18 мероприятий с охватом 25 000 человек за аналогичный период). Наиболее масштабным из них можно считать молодежную памятную акцию «Непобежденный Ленинград», посвященную 70-летию со Дня полного освобождения Ленинграда от фашистской блокады. Акция прошла на Дворцовой площади с применением инновационных технологий (3D mapping). С успехом прошел Второй Петербургский молодёжный патриотический форум, который по праву можно считать традиционным. Так же нельзя оставить без внимания серию военно-спортивных мероприятий приуроченных к общегосударственным праздникам, День России 12 июня, где охват участников составил более 20 000 петербуржцев и День военно-морского флота, собравший более 30 тыс. Работа по патриотическому воспитанию проводится в тесном взаимодействии с ветеранскими организациями Санкт-Петербурга. Регулярно проводятся встречи молодежи с Героями Советского союза и России, ветеранами Великой Отечественной войны (ежегодно в данных встречах участвует около 200 000 человек), а также около 500 мемориальных комплексов находится под патронажем учащихся и молодёжи Санкт-Петербурга.

Впервые в этом году при поддержке Губернатора Санкт-Петербурга был организован и проведен двухнедельный Летний молодежный образовательный патриотический форум для думающей молодежи "ВСМЫСЛЕ". Главная цель Форума - вовлечение талантливых активных и инициативных молодых людей в процесс решения наиболее актуальных задач различных сфер социальной и экономической жизни Санкт-Петербурга.

В последние годы традиционно городские молодежные проекты, фестивали, конкурсы проходят на центральных площадках нашего города (Дворцовая площадь, Петропавловская крепость). Всего в текущем году было проведено 23 мероприятия, которые посетило около 200 тысяч молодых петербуржцев. Особенно запомнились молодежи: Фестиваль экстремальных видов спорта, Фестиваль молодежных субкультур и праздничный концерт, посвященный Дню молодежи.

Важной работой направленной на профилактику правонарушений среди несовершеннолетних и молодежи является социальная адаптация и реабилитация несовершеннолетних посредством приучения их к труду, обеспечения занятости и создания условий для получения образования. Данная программа, стартовавшая в 1993 году, реализуется путем создания и обеспечения функционирования постоянных специализированных рабочих мест на базе специального предприятия «Новое поколение».

В 2013 году на 6 площадках предприятия, расположенных в Красносельском, Московском, Петродворцовом, Приморском, Невском и Красногвардейском районах Санкт-Петербурга, увеличилось число постоянных специализированных рабочих мест для несовершеннолетних с 860 до 1200. В период с 2011 г. по 2013 г. программу прошло около 5000 юношей и девушек. Несовершеннолетние попадают на предприятие по направлению районных комиссий по делам несовершеннолетних и защите их прав и отделов по делам несовершеннолетних полиции. Эффективность программ реабилитации на специальном предприятии измеряется количеством несовершеннолетних совершивших повторные правонарушения и преступления после прохождения программы. В 2013 году повторно совершили правонарушения и преступления менее 1% воспитанников специального предприятия.

За период с 2011 г. по 2013 г. количество охваченных индивидуальной профилактической работой (социальное расследование, воспитательное

сопровождение) несовершеннолетних составило 7 462 человека. За это время среди несовершеннолетних, находящихся на сопровождении в Центре «КОНТАКТ» не зафиксировано ни одного повторного правонарушения.

С 2011 по 2013 гг. было проведено 6040 рейдов социального патруля по территориям 18 районов Санкт-Петербурга, в результате которых были выявлены 1487 несовершеннолетних.

С 2011 года при консультационном отделе Центра «КОНТАКТ» начал работать сектор Телефон Доверия «Горячая линия». За период 2011-2012 гг. поступило 3224 звонка, а в 2013 году количество звонков увеличилось до 8782.

Ежегодно проводится Конкурс грантов для общественных объединений. В 2014 году в соответствии с порядком проведения конкурсного отбора в Комитет по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями подано 50 заявок на участие в конкурсном отборе на право получения субсидии в виде гранта Санкт-Петербурга для общественных объединений в 2014 году. 39 конкурсных заявок прошли квалификационный отбор и были допущены к оценке, общий объём средств составил более 13 миллионов рублей.

Уважаемые товарищи, в заключение своего выступления я ещё раз напомним, что **14 сентября** пройдут выборы Губернатора нашего города.

С 3 по 9 **сентября** можно реализовать свое право на досрочное голосование в Территориальной избирательной комиссии, расположенной в здании районной администрации по месту регистрации.

С **10 по 13 сентября** досрочное голосование будет проводиться в помещениях Участковых избирательных комиссий, которые будут работать в школах, или других учреждениях, где Вы голосовали на прошедших выборах.

Там же пройдет голосование и **14 сентября**.

Я призываю Вас обязательно прийти на избирательные участки и отдать свой голос за наше будущее.

Я буду голосовать за Георгия Сергеевича Полтавченко.

Абсолютно уверен, что так поступит большинство горожан.

Благодарю за внимание.

Какие есть вопросы?

Приложение 8

Наука и профессиональное образование Санкт-Петербурга: состояние и итоги работы в 2012-2014 годах г. Санкт-Петербург 20142 Санкт-Петербург – один из крупнейших научно-образовательных центров России, где сосредоточено более 10% научного потенциала страны, который составляют более 320 научных организаций: более 65 организации Российской академии наук и других государственных академий, более 250 государственных организаций, занимающихся научными исследованиями и разработками, 10 государственных научных центров. Основу системы профессионального образования города составляет высшая школа, которая включает 47 государственных гражданских вузов и 44 негосударственных вуза. 45 государственных гражданских вузов находятся в ведении 13 федеральных органов государственной власти, один вуз находится в ведении Санкт-Петербурга, один – в ведении Ленинградской области. Обучение по программам среднего профессионального образования (программам подготовки квалифицированных рабочих и служащих и программам подготовки специалистов среднего звена) ведут 85 самостоятельных образовательных организаций – колледжей, техникумов, училищ (в том числе 76 организаций городского подчинения, четыре - федерального подчинения и пять негосударственных), а также 40 структурных подразделений (колледжей, техникумов, факультетов) 30 высших учебных заведений Санкт-Петербурга. Общее число занятых в сфере науки и профессионального образования Санкт-Петербурга превышает 186 тысяч человек. В системе высшего и среднего профессионального образования Санкт-Петербурга занято более 32 тысяч преподавателей, в том числе более 4,5 тысяч докторов наук и более 12 тысяч кандидатов наук. Общий контингент обучающихся разных категорий (студентов,

аспирантов и др.) - 450 тысяч человек. В системе профессионального образования Санкт-Петербурга осуществляется подготовка практически по всему спектру направлений и специальностей высшего и среднего профессионального образования и ведется обучение жителей Санкт-Петербурга и всех других регионов Российской Федерации, а также граждан 120 стран ближнего и дальнего зарубежья, что свидетельствует о высоком качестве и доступности образования в нашем городе. Число иностранных студентов выросло с 14 тысяч в 2011 году до 16,7 тысяч в 2014 году. Образовательные организации профессионального образования Санкт-Петербурга стабильно обеспечивают выполнение государственного задания (контрольных цифр приема), наряду с задачей подготовки квалифицированных кадров для экономики решая задачу социализации студенческой молодежи, составляющей почти десятую часть всего населения города. Бюджетный приём на первый курс на очную форму обучения в вузы Санкт-Петербурга последние три года остается практически на одном уровне (в отличие от ситуации по Российской Федерации в целом, в которой происходит постепенное сокращение бюджетных мест в связи со сложной демографической обстановкой), составив в 2014 году более 27 тысяч человек. При этом в указанный период резко вырос прием на бюджетные места в магистратуру с 6,7 тысяч мест в 2011 году до 8,3 тысячи мест в 2014 году.³ Конкурс в вузы Санкт-Петербурга ежегодно остается на высоком уровне, составив в 2013 году 11,6 заявления на место, в 2014 году – 11,9 заявления на место. В последние годы стабильно растет конкурс на ряд востребованных на региональном рынке труда специальностей и направлений инженерно-технического профиля (информационные технологии, строительство, информационная безопасность и др.), медицинского профиля, сервиса и др. Вместе с тем, последние пять лет происходит постепенное сокращение общего контингента обучающихся в вузах за счет сокращения приема на платное обучение и обучение по заочной форме. (с 430 тысяч человек в 2010 году до 345 тысяч человек в 2013 году), что связано,

прежде всего, с демографическими факторами (число одиннадцатиклассников петербургских школ за 10 лет сократилось почти вдвое). Система среднего профессионального образования (СПО) так же сохраняет свои позиции в вопросах приема. Прием на программы СПО составлял последние три года 19 - 20 тысяч человек, в том числе 17 тысяч человек на очное обучение. Средний конкурс в учебные заведения СПО Санкт-Петербурга в целом составляет 2 человека на место. Прием в СПО с вступлением в силу с 01.09.2013 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» стал общедоступным и бесплатным. Зачисление на обучение осуществляется по результатам конкурса аттестатов о полном общем образовании (среднему баллу). Структура подготовки специалистов в системе профессионального образования Санкт-Петербурга (и структура приема) за последние годы претерпевает значительные изменения в сторону переориентирования на потребности региональной экономики. Заметной тенденцией является уменьшение доли обучающихся по укрупненной группе направлений и специальностей «экономика и управление» и рост доли инженерно-технических направлений и специальностей. Так, в системе ВПО с 2007 по 2013 учебный год доля инженерно-технических специальностей выросла с 24,9% до 36,3%, специальностей сервиса – с 1,6% до 2,5%, здравоохранения – с 3,3% до 4,8%, тогда как доля экономики и управления уменьшилась с 33,0% до 24,8%. С 2005 по 2013 учебный год в структуре контингента студентов СПО доля технических специальностей выросла с 22,0% до 44,5%, сервиса – с 3,1% до 11,3%, здравоохранения – с 10,2% до 14,4%, транспорта – с 5,5% до 8,8%, информатики и вычислительной техники – с 4,9% до 7,5% за счет снижения доли экономики и управления с 25,5% до 8,2%. Резкое сокращение доли группы специальностей и направлений «Экономика и управление» связано с уменьшением в течение последних лет контрольных цифр приема и уменьшением приема на места с полным возмещением затрат на обучение, которые в значительной степени приходятся на эту группу специальностей. С 2011 по 2013

год доля иногородних студентов, принятых на первый курс на очную форму обучения в государственные вузы (бюджетные места), увеличилось с 65 % до 68 %, в текущем году она составила 72%, что свидетельствует о доступности высшего образования на территории Санкт-Петербурга и подтверждает статус города как общероссийского научно-образовательного центра.⁴ Для Санкт-Петербурга с его сложной демографической ситуацией (несмотря на ее заметное улучшение) приток молодежи из других регионов, значительная часть которой по окончании обучения трудоустраивается в нашем городе, является важным фактором решения проблемы дефицита квалифицированной рабочей силы. В целях решения вопроса размещения иногородних студентов в 2012-2013 годах вузами Санкт-Петербурга введены общежития на 867 мест общей площадью 24,3 тыс. кв. метров, в ближайшие годы будут введены общежития на 1455 мест общей площадью 28,8 тыс. кв. метров. В 2013 было введено в эксплуатацию общежитие по адресу: ул. Кузнецовская, д.9, корпус 3 общей площадью 11,5 тыс. кв. метров, построенное за счет средств бюджета Санкт-Петербурга, в котором проживает более 300 студентов из 19 вузов, обучающихся по высокотехнологичным специальностям. Правительством Санкт-Петербурга последовательно применяются программно-целевые методы решения задачи развития системы науки и профессионального образования. Основные мероприятия, направленные на развитие научно-образовательной сферы Санкт-Петербурга, реализовывались в рамках: - Комплексной программы развития профессионального образования в Санкт-Петербурге на 2011-2015 годы, утвержденной постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 17.03.2011 № 301; - Комплексной программой «Наука. Промышленность. Инновации» в Санкт-Петербурге на 2012-2015 годы, утвержденной постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 28.06.2011 № 835. На реализацию мероприятий, касающихся развития профессионального образования и науки, в указанных программах на 2012-2014 годы предусмотрено более 1,35 млрд. руб. Комплексный подход позволяет

обеспечивать развития сферы образования и науки по всем направлениям (материально-техническая база, кадровое обеспечение, взаимодействие с региональным рынком труда, информационное обеспечение и др.). В рамках соответствующих ведомственных целевых программ, предусмотренных Комплексной программой развития профессионального образования в Санкт-Петербурге на 2011-2015 годы, на модернизацию и материально-техническое обеспечение (ремонт и капитальный ремонт учебных корпусов, общежитий и других социально-культурных объектов; оснащение инвентарем, современным учебно-лабораторным оборудованием и компьютерной техникой, обеспечение другими электронными образовательными ресурсами) профессиональных образовательных организаций (СПО) из городского бюджета за прошедшие три года выделено более 330 млн. рублей (без учета расходов на текущее содержание). Важное направление деятельности – повышения уровня и совершенствование системы оплаты труда работников профессионального образования. В целях исполнения «майских» Указов Президента Российской Федерации В.В. Путина Правительство Санкт-Петербурга обеспечило реализацию Плана мероприятий ("дорожной карты") "Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности сферы образования и науки в 5 Санкт-Петербурге на период 2013-2018 годов" (не менее 75 % средней заработной платы по региону в 2013 году для преподавателей и мастеров производственного обучения профессиональных образовательных организаций). По итогам 2013 года средняя зарплата преподавателей и мастеров производственного обучения образовательных организаций СПО городского подчинения составила 33 162 рублей в месяц, или 89% от средней по Санкт-Петербургу). Большое внимание уделяется Правительством Санкт-Петербурга социальной поддержке студенчества. За счет средств бюджета города обеспечено предоставление студентам независимо от ведомственной принадлежности образовательных учреждений: 1) льготного проезда студентов на городском

пассажирском транспорте общего пользования. Из бюджета города на реализацию льготы (компенсацию выпадающих доходов транспортных организаций) выделяется более 1,8 млрд. рублей (в соответствии с Социальным кодексом Санкт-Петербурга стоимость месячного билета – не более 40% от общей стоимости единого проездного билета). 2) ежемесячных выплат студенческим семьям, имеющим детей, предусмотренные Социальным кодексом Санкт-Петербурга. В 2011-2013 годах ежемесячные выплаты производились более чем 180 студенческим семьям (справочно: в размере 2 325 рублей в месяц в 2011 году, 2 465 рублей в месяц в 2012 году, 2 630 рублей в месяц в 2013 году). 3) проезда пригородным железнодорожным транспортом в период с 1 сентября по 15 июня в размере 50% от стоимости разового билета и месячного абонементного билета по одному маршруту следования. На реализацию указанной льготы в бюджете Санкт-Петербурга на 2013 год было предусмотрено более 73 млн. рублей. В соответствии с решением Губернатора Санкт-Петербурга Г.С. Полтавченко в нашем городе были сохранено право бесплатного посещения студентами городских музеев, не предусмотренное в новом Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации», вступившем в силу с 01.09.2013. Социальная поддержка всего студенчества Санкт-Петербурга сочетается с адресной поддержкой лучших его представителей. В нашем городе сформирована и реализуется система отбора и поддержки талантливой молодежи, созданная совместными усилиями Правительства Санкт-Петербурга, научно-образовательной сферы и работодателей и охватывающей различные категории талантливой молодежи от школьников до молодых кандидатов, докторов наук. Общий объем финансирования из бюджета Санкт-Петербурга конкурсов и других мероприятий в рамках этой системы за прошедшие три года составил более 190 млн. рублей. В конкурсах и иных мероприятиях приняло участие более 13,5 тыс. человек, признано победителями более 2400 человек. Мероприятия этой системы поддержки в области образования: 1) Ежегодно лучшим студентам назначаются

300 именных стипендий Правительства Санкт-Петербурга. Стипендии: студентам образовательных организаций, обучающимся по программам высшего профессионального образования, - в размере 1500 руб. в месяц; студентам образовательных организаций, обучающимся по программам среднего профессионального образования, - в размере 750 руб. в месяц. Объем финансирования данных стипендий из бюджета Санкт-Петербурга за три года составил более 13 млн. руб. 2) Именные стипендии Правительства Санкт-Петербурга в области физики, в области математики, в области химии, в области русского языка и в сфере информационных технологий для студентов вузов из числа победителей международных, Всероссийских, Всебелорусских, Всеукраинских, российских региональных олимпиад школьников по соответствующим предметам. В 2013/2014 учебном году выплачиваются 296 именных стипендий Правительства Санкт-Петербурга. Размер стипендии – 5 тыс. рублей в месяц. Общий объем финансирования из бюджета Санкт-Петербурга составил более 50 млн. рублей. 3) Конкурс «Студент года» в системе высшего профессионального образования по 12 номинациям (лучший в научном творчестве, лучший в студенческом спорте, лучший в патриотической работе и др.). В конкурсе участвует более 530 студентов из 40 вузов Санкт-Петербурга. Победителям конкурса вручают дипломы, призы и ценные подарки. 4) Конкурс «Студент года» в системе СПО, в котором ежегодно участвуют более 500 студентов из образовательных учреждений СПО. Помимо наград и подарков победители и призеры конкурса получают специальные стипендии Правительства Санкт-Петербурга в размере от 2000 до 7000 рублей в месяц. 5) Студенческие предметные олимпиады по 8 образовательным областям и предметам. В городском туре ежегодно участвуют более 200 студентов системы СПО. 24 победителя и призера получают дипломы, медали и ценные призы. 6) Конкурсы профессионального мастерства по 12 специальностям среднего профессионального образования. В городском туре конкурсов ежегодно

принимают участие более 100 студентов. Победители и призеры Конкурсов получают от Правительства Санкт-Петербурга дипломы, медали и ценные призы.

7) Дипломное проектирование по заданиям исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга. Ежегодно в соответствии с постановлением Правительства города на конкурсной основе 80 студентов вузов города выполняют дипломные проекты по актуальным темам, предложенным профильными комитетами и администрациями районов Санкт-Петербурга. Победители конкурса получают премии Правительства Санкт-Петербурга в размере 8 тысяч рублей каждая. Для студентов проводятся также другие конкурсы. С целью развития материального и морального стимулирования преподавателей среднего профессионального образования Правительством города также проводится конкурс «Преподаватель года» в системе СПО, в котором ежегодно принимают участие около 100 преподавателей образовательных организаций Санкт-Петербурга. Победителям конкурса по четырем номинациям вручаются денежные премии Правительства Санкт-Петербурга по 100 тыс. рублей каждая. На выявление и поощрение работы лучших научно-педагогических работников города направлен и конкурс на соискание премий Правительства Санкт-Петербурга за выдающиеся достижения в области высшего и среднего профессионального образования. В соответствии с постановлением Правительства Санкт-Петербурга ежегодно присуждается 20 таких премий по семи номинациям:

7 Развитие инновационной деятельности в образовательном учреждении, Организационные решения по повышению качества подготовки специалистов, В области интеграции образования, науки и промышленности, В области воспитательной работы со студентами, развития их профессиональных навыков, Научные достижения, способствующие повышению качества подготовки специалистов и кадров высшей квалификации, Учебно-методическое обеспечение учебного процесса, направленное на повышение качества подготовки специалистов, За особые успехи в области подготовки творческих работников для

организаций культуры и искусства. Размер премий в 2011 году увеличен со 100 до 300 тысяч рублей. Премии лауреатам премии ежегодно вручаются в День города Губернатором Санкт-Петербурга в Смольном. В Санкт-Петербурге сложилась уникальная система поддержки исследователей, охватывающая все категории - школьников старших классов, студентов, аспирантов, молодых ученых, кандидатов и докторов наук, зрелых ученых и научные коллективы, включая научные общества, малые инновационные предприятия при вузах и академических институтах, а также организации, обеспечивающие обмен научной информацией – организаторов конференций и форумов российского и международного уровня и издателей периодической научной и научно-популярной литературы. За прошедшие три года из бюджета Санкт-Петербурга на их поддержку на конкурсной основе было выделено более 134 млн. рублей.

Правительство Санкт-Петербурга ежегодно проводит следующие конкурсы: 1) Конкурс «Поддержка научного и инженерного творчества школьников старших классов» имеет целью поддержку активных школьников, их профессиональную ориентацию, способствующую выбору дальнейшего профессионального образования. Победителям конкурса вручаются дипломы и ценные призы. Число участников конкурсов – не менее 280 человек. Победители и призеры получают дипломы и ценные призы. 2) Региональные предметные олимпиады для студентов вузов Санкт-Петербурга проводятся с 2008 года. В олимпиадах ежегодно участвует не менее 1600 студентов из не менее чем 47 вузов. Победителям олимпиад в личном первенстве вручаются дипломы и ценные призы, командам-победителям – дипломы и кубки. 3) Конкурс студенческих исследовательских работ по проблематике формирования толерантной среды в Санкт-Петербурге проводится по четырем номинациям с целью привлечения внимания студенческой молодежи к проблемам освоения универсальных гуманистических ценностей.

Число участников – более 150 человек. В каждой номинации присуждаются по 9 премий победителям (в зависимости от уровня сложности работ): три премии – по

10,0 тысяч рублей; три премии – по 20,0 тысяч рублей; три премии – по 30,0 тысяч рублей. 4) конкурс грантов для студентов вузов, расположенных на территории Санкт-Петербурга, аспирантов вузов, отраслевых и академических институтов, расположенных на территории Санкт-Петербурга. Число участников - не менее 1500 человек. Количество грантов – 440 ед. Размер премий – 20,0 тысяч рублей для студентов и 50,0 тысяч рублей для аспирантов; 8 5) конкурсный отбор для предоставления субсидий молодым ученым, молодым кандидатам наук. Число участников – более 470 человек. Количество субсидий - 107 ед. Максимальный размер субсидии: для молодых ученых – 100,0 тыс. рублей, для молодых кандидатов наук – 150,0 тыс. рублей. 6) Конкурс бизнес-идей, научно-технических разработок и научно-исследовательских проектов под девизом «Молодые. Дерзкие. Перспективные». Конкурс проводится по трем номинациям: «Бизнес-идея», «Научно-техническая разработка», «Научно-исследовательский проект». Число участников – более 350 человек. В каждой из трех номинаций предусмотрено по 3 премии: 100 тыс. руб. – за первое, 60 тыс. руб. – за второе и 40 тыс. руб. – за третье место. Поддержка аспирантов, кандидатов и докторов наук, зрелых ученых и научных коллективов, включая научные общества, малые инновационные предприятия при вузах и академических институтах, а также организации, обеспечивающие обмен научной информацией – организаторов конференций и форумов российского и международного уровня и издателей периодической научной и научно-популярной литературы выражается в следующих мероприятиях с общим объемом финансирования за три года – более 130 млн. рублей: 1) Конкурс грантов Санкт-Петербурга в сфере научной и научно-технической деятельности, проводится по 11 направлениям. Число участников – более 230. Максимальный размер грантов для физических лиц составляет 100 тыс. рублей, для юридических лиц – 200 тыс. рублей. 2) Конкурс на лучший инновационный проект в сфере науки и высшего профессионального образования проводится с целью популяризации инновационной деятельности и поддержки

авторов и авторских коллективов в вузах, академических институтах и других инновационно-активных организациях Санкт-Петербурга. Число участников – более 150. Победителям в рамках ежегодного Петербургского международного инновационного форума торжественно вручаются дипломы и ценные призы. 3) Конкурсный отбор на предоставление субсидий общественным объединениям научных работников, имеющим место нахождения в Санкт-Петербурге, в целях развития их научно-просветительской, научно-исследовательской и педагогической деятельности. Число участников – более 20 организаций. 4) Присуждение премий Правительства Санкт-Петербурга за выдающиеся научные результаты в области науки и техники (совместно с Санкт-Петербургским научным центром Российской академии наук). Ежегодно, начиная с 2013 года, присуждаются 17 именных премий в 15 номинациях, в том числе 4 премии для молодых ученых в возрасте до 35 лет. Размер премий в 2011 году увеличен со 100 тысяч до 300 тысяч рублей. 5) Конкурсный отбор на предоставление субсидий на подготовку и выпуск научных, научно-образовательных и научно-популярных периодических изданий в целях популяризации научных знаний. Число участников – более 40 организаций. 6) Конкурс среди молодых научно-педагогических работников высших учебных заведений и академических институтов, расположенных на территории Санкт-Петербурга, на соискание премий Правительства Санкт-Петербурга в области научно-педагогической деятельности. Размер премий: для аспирантов и сотрудников без ученой степени – 30,0 тыс. рублей, для докторантов и кандидатов наук – 50,0 тыс. рублей, для докторов наук – 70,0 тыс. рублей. Число участников – более 180 человек из не менее 37 вузов Санкт-Петербурга. С целью развития Санкт-Петербурга как научно-образовательного центра Правительство Санкт-Петербурга финансирует из городского бюджета следующие знаковые мероприятия: 1). Ежегодный Санкт-Петербургский научный форум, в рамках которого проводятся встречи Нобелевских лауреатов. В мероприятиях форума принимают участие не менее

1000 ученых из многих регионов России и зарубежных стран, а также научная молодежь. 2). Ежегодный Санкт-Петербургский конгресс «Профессиональное образование, наука, инновации в 21 веке» с не менее чем 500 участниками из числа научно-педагогических работников вузов и академических институтов Санкт-Петербурга. 3) Санкт-Петербургский образовательный форум – крупнейшее мероприятие и традиционный смотр достижений и возможностей системы профессионального образования Санкт-Петербурга. Цель проведения форума – содействие развитию системы профессионального образования, представление её потенциала, формирование эффективно действующей системы профессиональной ориентации и психологической поддержки учащейся молодежи, а также активизация взаимодействия государственных образовательных учреждений профессионального образования с работодателями Санкт-Петербурга, содействие в трудоустройстве выпускников, привлечение молодежи в реальный сектор экономики. Участниками выставки «Профессиональное образование Санкт-Петербурга» в рамках форума ежегодно становились не менее 120 образовательных организаций, организаций, занимающихся временной занятостью и трудоустройством; выставку посещают 12 – 15 тысяч школьников, студентов и их родителей, преподавателей и специалистов образовательных организаций, представителей работодателей и их объединений. Деловая программа форума (пленарные заседания, «круглые столы», интерактивные мероприятия) посвящены актуальным вопросам развития профессионального образования города. Мероприятия форума ежегодно посещает Губернатор Санкт-Петербурга. Сфера науки и профессионального образования в Санкт-Петербурге в последние годы развивается стабильно и поступательно. В качестве примера прорывных достижений необходимо отметить результаты наших петербургских ученых в изучении подледникового озера Восток в Антарктиде - уникального природного объекта, самого большого в мире подледникового озера. Благодаря уникальным технологиям, разработанным в

Национальном минерально-сырьевом университете «Горный», российские ученые 5 февраля 2012 года на глубине 3769 метров завершили бурение и достигли поверхности подледникового озера. Это выдающееся научное достижение сравнивают с посадкой на Луну и изучением лунного грунта. Комплексная научная и инженерная задача была решена путём координации деятельности учёных и специалистов многих организаций, в числе которых Национальный минерально-сырьевой университет «Горный», Арктический и антарктический научно-исследовательский институт, Петербургский институт ядерной физики им. Б.П.Константинова, Полярная морская геологоразведочная экспедиция. Успешное проникновение в подледниковое озеро Восток и отбор пробы воды подтвердило лидерство российской науки и открыло возможности для целого ряда уникальных микробиологических и палеоклиматических исследований озера. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 21.08.2012 № 1176 за большой личный вклад в организацию и осуществление проекта проникновения в подледниковое озеро Восток (Антарктида) большая группа ученых и специалистов была награждена государственными наградами. Хорошие результаты работы демонстрирует высшая школа Санкт-Петербурга. Успешно реализуется программа развития Санкт-Петербургского государственного университета – вуза с особым статусом, определенным Федеральным законом «О Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова и Санкт-Петербургском государственном университете». Четыре вуза Санкт-Петербурга, получившие на конкурсной основе категорию «национальный исследовательский университет»: Национальный минерально-сырьевой университет «Горный», Университет ИТМО, Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, Санкт-Петербургский Академический университет – Научно-образовательный центр нанотехнологий РАН – обеспечивают реализацию соответствующих программ. Три вуза: Политехнический университет, Университет ИТМО, Санкт-Петербургский государственный электротехнический

университет «ЛЭТИ» - вошли в число 15 российских вузов, которые по результатам конкурса, проведенного Министерством образования и науки Российской Федерации в 2013 году, получили право на субсидии на реализацию мероприятий по повышению международной конкурентоспособности среди ведущих мировых научно- образовательных центров в целях обеспечения вхождения к 2020 году не менее пяти российских университетов в первую сотню ведущих мировых университетов. Четыре вуза Санкт-Петербурга: Политехнический университет, Электротехнический университет «ЛЭТИ», морской технический университет, торгово-экономический университет - стали победителями конкурсного отбора 2012 года в рамках реализации Президентской программы повышения квалификации инженерных кадров на 2012 – 2014 годы, проведенного Министерством образования и науки Российской Федерации в целях повышения качества кадрового потенциала специалистов инженерно-технического профиля отраслей промышленности и совершенствования структуры инженерной подготовки. Радуют успехи петербургских студентов. Хороший пример - Финальные соревнования командных студенческих чемпионатов мира по программированию ICPC (International Collegiate Programming Contest). В чемпионате 2013 года участвовали почти 30 000 студентов из 2300 ведущих университетов 90 стран мира, в финал состязаний вышли 120 команд из 36 стран мира, в том числе 15 российских команд, включая 3 команды из Санкт-Петербурга. Чемпионами мира 2013 года стала команда Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики (ИТМО) – впервые в истории чемпионата команда данного вуза получила чемпионский титул в пятый раз. Команда Санкт-Петербургского государственного университета получила серебряные медали. Финальные соревнования 2014 года также были проведены на территории нашей страны, в Екатеринбурге. Золотые медали и кубок чемпиона мира в 2014 году получили студенты-программисты из Санкт-Петербургского

государственного университета. Команда Университета ИТМО завоевала бронзовые медали. Дальнейшее развитие сферы науки и профессионального образования заложено в Стратегии экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2030 года и Государственной программой Санкт-Петербурга «Экономическое развитие и экономика знаний в Санкт-Петербурге на 2015-2020 годы»: подпрограммой 3 «Развитие научной, научно-технической и инновационной деятельности в Санкт-Петербурге» и подпрограммой 4 «Развитие системы подготовки кадров и обеспечение квалифицированными специалистами отраслей экономики Санкт-Петербурга». Предусмотренные каждой подпрограммой системы целей, задач и мероприятий в комплексе наиболее полным образом охватывают весь диапазон целей и задач государственной программы и в максимальной степени будут способствовать достижению ее конечных результатов. Мероприятия подпрограммы 3 направлены на создание в Санкт-Петербурге условий для развития научного, научно-технического и инновационного потенциала Санкт-Петербурга, на содействие расширению использования в экономике результатов региональных исследований и разработок; повышение эффективности региональной инновационной инфраструктуры, а также содействие практическому применению в экономике результатов научной и научно-технической деятельности. Цель подпрограммы 4 направлена на последовательную ориентацию деятельности образовательных организаций профессионального образования Санкт-Петербурга на комплексное социально-экономическое развитие Санкт-Петербурга, внутренний рынок труда и запросы населения. Исполнение мероприятий подпрограммы 4, направленных на модернизацию институтов системы профессионального образования, обеспечение инновационного характера профессионального образования, а также на формирование эффективной системы подготовки квалифицированных кадров, ориентированной на потребности рынка труда, будет способствовать повышению квалификации и конкурентоспособности рабочей силы на рынке труда.

